

Васильців Т. Г.
Магас Н. В.
Маргіта Н.О.

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ:
ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ**

Монографія

Львів-2014



**Васильців Т. Г.
Магас Н. В.
Маргіта Н. О.**

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ:
ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ**

Монографія

Львів - 2014

УДК 339.137.2

ББК 65.9.29

С 220

Рекомендовано до друку Вченою радою Львівського інституту Міжрегіональної академії управління персоналом (протокол № 2/14/15 від 7 жовтня 2014 р.)

Автори:

Васильців Т.Г., д.е.н., доцент;

Магас Н. В., к.е.н.;

Маргіта Н. О., к.е.н.

При повному або частковому відтворенні матеріалів цієї публікації посилання на видання обов'язкове

Рецензенти:

Башнянин Г. І. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії Львівської комерційної академії.

Борщевський В. В. – д.е.н., завідувач відділу розвитку територіальних громад і транскордонного співробітництва Інституту регіональних досліджень НАН України.

Іляш О. І. – д.е.н., завідувач кафедри економіки підприємства Львівського інституту Міжрегіональної академії управління персоналом.

С 220

Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств: теоретико-прикладні аспекти: Монографія / Т. Г. Васильців, Н. В. Магас, Н. О. Маргіта. – Львів: 2014. – 220 с.

Досліджено теоретичні, методологічні та практичні питання управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. Узагальнені теоретико-методичні засади фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. Здійснено аналіз та обґрунтовані перспективні напрями реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.

Розраховано на широке коло фахівців, державних службовців, представників місцевого самоврядування, керівників та фахівців підприємств роздрібною торгівлі, науковців, студентів, усіх зацікавлених осіб.

ISBN

© Васильців Т. Г.
Магас Н. В.
Маргіта Н. О., 2014

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	8
1.1. Особливості роздрібних торговельних підприємств та їх місця в організаційній і функціональній структурі торгівлі.....	8
1.2. Сутність і критерії фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства.....	20
1.3. Взаємозв'язок фінансово-економічного стану і конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.....	34
Висновки до розділу 1.....	45
Розділ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	47
2.1. Фінансово-економічні передумови конкурентних позицій підприємств роздрібної торгівлі.....	47
2.2. Інтегральне оцінювання рівня конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.....	62
2.3. Аналіз фінансової стійкості підприємств роздрібної торгівлі як індикатора їх конкурентоспроможності.....	78
Висновки до розділу 2.....	97
Розділ 3. НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	98
3.1. Стратегічні пріоритети формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.....	98
3.2. Удосконалення фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.....	110
3.3. Підвищення ефективності управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.....	122
Висновки до розділу 3.....	134
ВИСНОВКИ.....	136
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	139
ДОДАТКИ.....	152

ВСТУП

Конкурентоспроможність як здатність перемагати у справедливій конкурентній боротьбі шляхом збільшення обсягів господарювання, більш ефективного використання ресурсного забезпечення та реалізації економічного потенціалу, розширення ринкової частки та кращого обслуговування потреб населення одна з головних умов життєздатності суб'єктів комерційної господарської діяльності. За недостатньо керованих процесів розвитку внутрішнього ринку, його монополізації, проявів корупції в системі доступу до ресурсів і ринків, прав діяльності, швидких темпів концентрації торгівлі у мережах великої значимості набувають інструменти та засоби фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентних позицій суб'єктів роздрібно-торговельної діяльності.

Ця проблема особливо актуальна для невеликих підприємств торгівлі та виходить за рамки мікрорівня, маючи важливе соціальне й економічне значення. Сталість та структурна раціональність функціонування і розвитку підприємств роздрібно-торгівлі, у т. ч. в системі економічних відносин, вирішує такі важливі завдання як створення робочих місць та забезпечення зайнятості населення, задоволення потреб громадян у якісних споживчих товарах і торговельних послугах, покращення ділового та інвестиційного середовища, розвиток міжгалузевої та міжсекторальної співпраці. Значимість суб'єктів роздрібно-торгівлі особливо важлива в аспекті економічних засобів вирівнювання соціально-економічних диференціацій просторово-територіального розвитку, підвищення якості життя мешканців сільських поселень, малих міст та районних центрів.

Проблемам управління розвитком підприємств роздрібно-торгівлі приділено багато уваги у працях вітчизняних та зарубіжних науковців – О. Азарян, В. Апопія, І. Бланка, Т. Васильціва, Н. Власової, Д. Гілберта, Р. Колборна, В. Лагутіна, Л. Ларіної, М. Леві, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Маркіної, Н. Маргіти, В. Мікловди, М. Пітюлича, Ю. Родінова, О. Покатаєвої, А. Садекова, В. Соболева, А. Ткача, Н. Ушакової, М. Чорної, А. Шубіна та ін. Обґрунтування дієвих механізмів, інструментів, заходів та засобів зміцнення конкурентоспроможності, у т. ч. на мікрорівні, є об'єктом досліджень таких науковців як І. Ансофф, Л. Балабанова, А. Градов, М. Портер, Н. Тарнавська, А. Томпсон, Р. Фатхутдінова. Попри вагомий доробок названих вчених існує об'єктивна необхідність перегляду теоретико-методичних основ та засобів забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібно-торгівлі, вдосконалення методики її оцінювання та формування більш дієвих інструментів і засобів фінансово-економічного механізму забезпечення.

Метою монографічного дослідження є наукове обґрунтування теоретико-методичних засад і прикладних інструментів управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.

З урахуванням визначеної мети в роботі поставлено і вирішено такі завдання:

- з'ясувати особливості роздрібних торговельних підприємств і їх місце в організаційній та функціональній структурі торгівлі;
- встановити сутність і критерії конкурентоспроможності підприємств роздрібно-торгівлі та фінансово-економічного механізму її забезпечення;

- ідентифікувати взаємозв'язки фінансово-економічного стану та конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств;
- здійснити аналіз фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі;
- оцінити ефективність фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств;
- обґрунтувати стратегічні пріоритети та елементи реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі;
- встановити шляхи та засоби підвищення ефективності управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади, методика оцінювання, інструменти і засоби фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі Виноградівського району Закарпатської області.

У процесі написання роботи використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи синтезу і системного аналізу (для обґрунтування сутнісних характеристик конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства та фінансово-економічного механізму її забезпечення, визначення принципів управління); системного аналізу та теоретичного узагальнення (для вдосконалення методики оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі); статистичного аналізу та експертних опитувань (для надання характеристики умовам конкурентного середовища); групувань, логічного аналізу, стратегічного менеджменту (для обґрунтування пріоритетів, інструментів та засобів фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі); системного та порівняльного аналізу (при встановленні особливостей підвищення ефективності управління фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності підприємств торгівлі).

У першому розділі монографії – «Теоретико-методичні засади фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств» – визначені особливості роздрібних торговельних підприємств та їх місце в організаційній і функціональній структурі торгівлі, обґрунтовані сутність і критерії конкурентних позицій, досліджені взаємозв'язки фінансово-економічного стану і конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. Обґрунтовано концептуальний зміст та методичні основи формування поняття «місія конкурентоспроможності» підприємства роздрібною торгівлі та на її основі визначені стратегічні напрями (за торгово-технологічною, інституційною та матеріально-технічною компонентами), пріоритети її реалізації, послідовність перетворення суб'єктів господарювання на конкурентоспроможні комплекси динамічного розвитку в низькопривабливому інвестиційному середовищі.

Удосконалено класифікацію критеріїв та чинників конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі за такими напрямками: комплекс маркетингу, форми і формати торгівлі, функції управління та функціональні напрями забезпечення конкурентоспроможності, елементи ресурсного потенціалу, передумови їх контролю, напрями розвитку та параметри життєздатності бізнесу, етапи бізнес-процесу, головні ознаки конкурентних позицій, що на відміну від усталених підходів, забезпечує комплексний підхід при аналізі передумов та обранні заходів із посилення конкурентних позицій.

У другому розділі монографії – «Аналіз фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств» – на прикладі підприємств роздрібно́ї торгівлі Виноградівського району Закарпатської області проаналізовано використовуваний вітчизняними підприємствами роздрібно́ї торгівлі фінансово-економічний механізм формування їх конкурентного потенціалу, оцінено рівень конкурентоспроможності підприємств та її фінансово-економічне забезпечення, здійснено аналіз фінансової стійкості як одного з важливих індикаторів конкурентоспроможності. Значну увагу приділено удосконаленню методики інтегрального оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі шляхом ієрархічного синтезу, попарного порівняння множини якісних функціонально-структурних характеристик (критеріїв), формування їх рейтингових позицій та висновків відносно ідентифікації пріоритетних альтернативних стратегічних рішень зі зміцнення. Набули подальшого розвитку концептуальні основи системного (на мікро- та галузевому рівнях) управління конкурентними позиціями роздрібних торговельних підприємств шляхом ідентифікації особливостей їх забезпечення у цьому виді економічної діяльності у взаємозв'язку з посиленням ролі в організаційній (виконання важливих організаційних завдань у системі її функціонування) та функціональній (реалізація базових функцій) структурах торгівлі. Застосування такого підходу дозволяє забезпечити посилення конкурентних переваг та ширшу участь підприємств у виконанні суспільних і соціально-економічних функцій та розвитку роздрібно́ї торгівлі.

Третій розділ монографії – «Напрями реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств» – присвячений обґрунтуванню стратегічних пріоритетів, інструментів та засобів формування ефективного фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності підприємств торгівлі, розробці заходів з підвищення ефективності управління її фінансово-економічним забезпеченням. Обґрунтовані засади формування і реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі шляхом ідентифікації його інструментів за фінансово-інституційним, економічно-ресурсним, організаційно-економічним та соціально-мотиваційним напрямками; особливістю підходу є підбір заходів, спрямованих на поетапне зміцнення конкурентних позицій з одночасним переміщенням акцентів з фінансово-ресурсного до інтелектуально-кадрового потенціалу – головного чинника конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Набули подальшого розвитку основи структурного декомпонування системи конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприєм-

ства: розширено перелік її складових (маркетингова, соціальна, матеріально-технічна, логістична, фінансово-інвестиційна, інноваційна, інтелектуально-кадрова) та обґрунтовано взаємозв'язки міри їх забезпеченості з покращенням фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання.

В підсумку, можна припустити, що результати проведеного дослідження будуть сприяти вдосконаленню теоретико-методологічних засад та обґрунтування стратегічних пріоритетів і системних засобів політики посилення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Особливості роздрібних торговельних підприємств та їх місця в організаційній і функціональній структурі торгівлі

Відомо, що роздрібна торгівля виконує важливі функції в системі соціально-економічного розвитку держави. Забезпечуючи населення широким асортиментом доступних споживчих товарів та послуг, реалізуючи соціально відповідальні заходи та програми, суб'єкти роздрібної торгівлі впливають на якість життя населення. Шляхом швидкого та ефективного доведення продукції від виробництва до споживання, забезпечення товароруку та обігу грошових коштів, вивчення споживчого попиту підприємства роздрібної торгівлі визначають напрями розвитку виробничого сектору. Здійснення комерційної господарської діяльності є джерелом формування центральних та регіональних бюджетів – ресурсного забезпечення фінансування державних програм, чинником створення робочих місць та оплати праці.

Попри те, що роздрібна торгівля являє собою окрему сферу економіки, інституційно вона складається з окремих суб'єктів господарювання – економічних агентів, що її здійснюють, елементів інфраструктури та мережі обслуговуючих підприємств і організацій, суб'єктів регулювання торговельних процесів та планування розвитку роздрібної торгівлі на державному, регіональному і місцевому рівнях, в окремих видах роздрібної торгівлі.

Масштаби участі кожного торговельного підприємства в процесах функціонування та розвитку роздрібної торгівлі є різними. Так, крупні супер- та гіпермаркети забезпечують широкі верстви населення продовольчими і непродовольчими товарами, здійснюючи продаж великої кількості товарів та формуючи значну частку у роздрібному товарообороті, створюючи велику кількість робочих місць. Від їх діяльності часто залежить життєдіяльність цілих районів чи невеликих населених пунктів. Попри більшу участь, функціонування великих роздрібних торговельних об'єктів не обмежується виключно позитивним характером впливу на процес розвитку роздрібної торгівлі. Можливі зростання торгових надбавок, продаж прострочених товарів, малоефективні використання приміщень та торгових площ і внаслідок звільнення великої кількості працівників – перекоси на місцевому ринку праці.

Власними особливостями характеризується й діяльність невеликих торговельних об'єктів – т. зв. магазинів біля дому. Їх функціонування створює цінову конкуренцію, економить часові та транспортні витрати населення при придбанні товарів щоденного споживання тощо.

Доцільним є й функціонування ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів. Вони слугують механізмом та інструментом виходу на ринок сіль-

ськогосподарської продукції населення та окремих товарів вітчизняного дрібного промислового виробництва.

Все більшої популярності набуває придбання товарів через мережу інтернет та інші електронні системи. Головними їх перевагами є нижча вартість товарів унаслідок меншої кількості посередників та менших витрат на зберігання товарів і організацію процесу товароруку. Таким чином забезпечується вища економічна ефективність роздрібної торгівлі.

Відтак, попри різні місце та роль підприємств різних видів та форм продажу в загальному вони утворюють необхідну на певний момент часу основу інституційного середовища роздрібної торгівлі. Саме тому їх функціонування необхідне, що актуалізує потребу в плануванні і забезпеченні стійкої життєдіяльності економічних агентів роздрібної торгівлі.

Зрозуміло, що на можливість ефективно функціонувати сьогодні та формувати передумови подальшого розвитку в майбутньому впливає значна кількість як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Але, на нашу думку, безперечно головним з них є конкурентоспроможність підприємства торгівлі. Ця категорія в загальному трактується як здатність торговельного підприємства перемагати у конкурентній боротьбі, а за ради цього воно має володіти достатнім ресурсним та інтелектуально-кадровим забезпеченням, ефективно його використовувати та характеризуватися високою економічною ефективністю, належною фінансовою стійкістю і ліквідністю, інвестувати кошти в подальший розвиток, займати хороше ринкове становище.

Особливостями характеризується й безпосередньо роздрібна торгівля як вид економічної діяльності. По-перше, це більшою мірою готівкова форма розрахунків та продаж товарів безпосередньо покупцям; по-друге, необхідність обслуговування значних площ для складування, зберігання та викладки товарів у торговій залі; по-третє, невелика додана вартість, що виводить на перший план в контексті ефективності показник роздрібного товарообороту; по-четверте, це особливості структури активів, персоналу, матеріальних ресурсів тощо.

Пошук організаційних та функціональних особливостей роздрібних торговельних підприємств у структурі торгівлі, які власне головним чином й обумовлюють потенціал їх конкурентоспроможності, скеровує до узагальнення сутнісних характеристик поняття роздрібного торговельного підприємства. Відомо, що у Господарському кодексі України підприємство трактується як самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади, органом місцевого самоврядування або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому чинним законодавством [50].

Втім, в контексті ринкових трансформацій, що відбулися в нашій державі, державних підприємств роздрібної торгівлі практично не залишилося. В основному це економічні агенти приватної, комунальної або змішаної форми власності, унітарні, корпоративні або кооперативні суб'єкти господарювання (табл. 1.1).

Мережа роздрібної торгівлі за кількістю магазинів та торговою площею за окремими організаційно-правовими формами господарювання, на 1.01 2012-2013 років [126,с.40;127,с.40]

Організаційно-правові форми господарювання	2012		2013		Відхилення 2013 р. до 2012 р.			
	Кількість магазинів, од.	Торгова площа, тис. м. кв	Кількість магазинів, од.	Торгова площа, тис. м. кв	Абсолютне, од.		Відносне, %	
					За магазинами	За торговою площею	За магазинами	За торговою площею
Приватне підприємство	7330	793,2	7060	815,9	-270,00	22,70	96,32	102,86
Колективне підприємство	421	33,1	329	26,6	-92,00	-6,50	78,15	80,36
Державне підприємство	227	16,9	254	18,7	27,00	1,80	111,89	110,65
Комунальне підприємство	2919	130,1	2820	123,4	-99,00	-6,70	96,61	94,85
Підприємство споживчої кооперації	1300	119,6	1321	113,2	21,00	-6,40	101,62	94,65
Іноземне підприємство	208	53,8	199	22,3	-9,00	-31,50	95,67	41,45

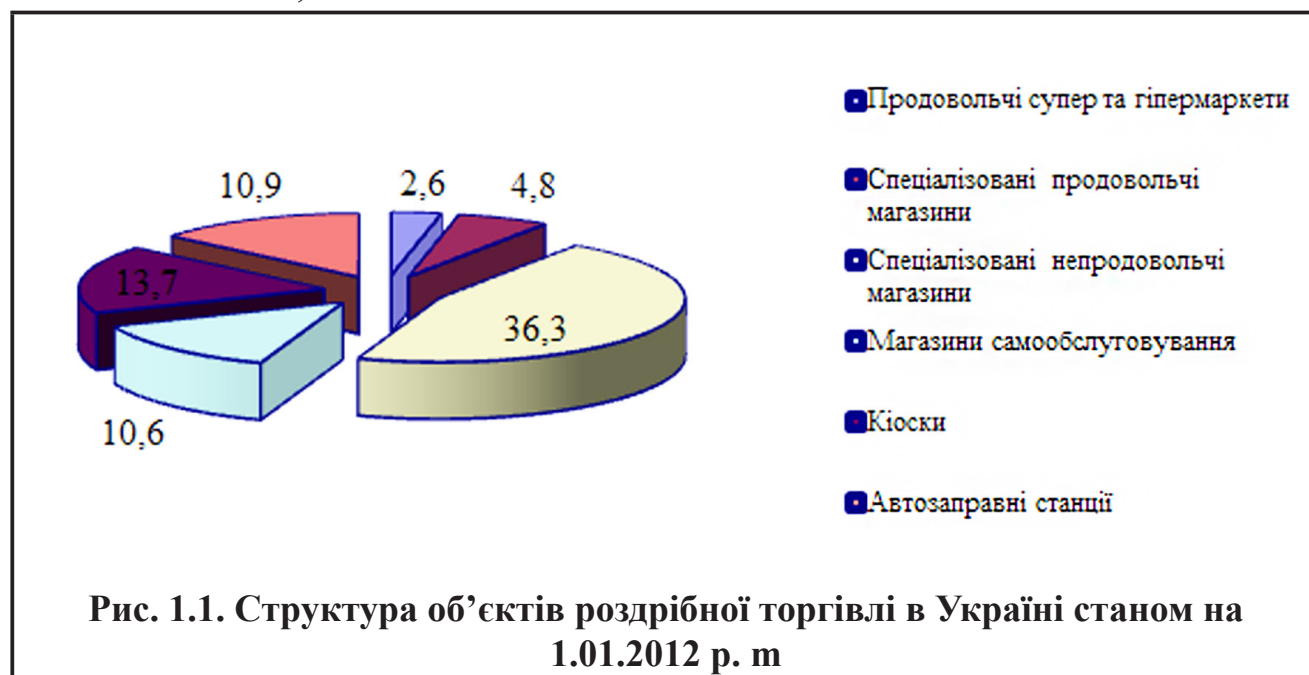
Так, частка державних торговельних підприємств станом на 2013 р. не сягала навіть 1 %. При цьому частка роздрібних торговельних підприємств з приватною організаційно-правовою формою господарювання становила на 1 січня 2013 р. 14,9 %. Доцільно зауважити, що все ще значну роль в загальній кількості об'єктів роздрібної торгівлі відіграють підприємства таких організаційно-правових форм, як комунальна та кооперативна. На 1 січня 2013 р. кількість підприємств з комунальною формою власності становила 2,8 тис. од., а підприємств споживчої кооперації – 1,3 тис. од. При цьому підприємства споживчої кооперації продовжують відігравати важливу роль у забезпеченості роздрібної торгівлі матеріально-технічною базою, зокрема – торговельними площами. При 2,7 % в загальній кількості підприємств роздрібної торгівлі споживча кооперація забезпечує 1,2 % торговельних площ, тоді, як підприємства комунальної власності при 6,0 % у загальній кількості суб'єктів роздрібної торгівлі забезпечують лише 1,4 % у площі роздрібної торгівлі.

Отже, підприємства державної форми власності не відіграють на стільки важливої ролі у функціонуванні роздрібної торгівлі як це було за часів командно адміністративної системи господарювання. Відтак, на сьогодні державна форма

власності представлена лише 254 підприємствами, на кожне з яких в середньому припадає понад 70 м. кв торговельної площі. Звідси висновок про те, що сучасне підприємство роздрібної торгівлі є самостійним суб'єктом господарювання, утвореним переважно приватними унітарними структурами.

Попри те, більшість сучасних вітчизняних роздрібних торговельних підприємств є спеціалізованими непродовольчими магазинами (рис. 1.1). Частка таких об'єктів торгівлі у їх загальній кількості становила на 1.01.2012 р. 36,3 %, тобто більше, ніж кожен третій об'єкт. Більше того, частки цих об'єктів роздрібної торгівлі в структурі торговельної площі була ще більшою та становила 42,7 %. Потрібно визнати, що цей сегмент роздрібної торгівлі набув в останні роки свого активного розвитку за рахунок розбудови в Україні мереж крупних підприємств з продажу господарських товарів та будівельних матеріалів. Зовнішнім сприятливим чинником цього стала активізація будівельної діяльності під час підготовки до проведення в нашій державі Чемпіонату Європи з футболу 2012 року.

Попри високі темпи розвитку в Україні мереж продовольчих супер- та гіпермаркетів їх частка в загальній кількості об'єктів роздрібної торгівлі на початок 2012 р. становила лише 2,6 % у той час, як їх частка в загальній торговельній площі становила аж 29,5 %, тобто відіграє в наш час істотний вплив на стан розвитку роздрібної торгівлі. Натомість при 4,8 % в структурі кількості об'єктів роздрібної торгівлі частка спеціалізованих продовольчих магазинів у торговій площі становила лише 2,7 %.



За: [126,с.134]

Отже, роздрібні торговельні підприємства представлені більшою мірою спеціалізованими непродовольчими магазинами та продовольчими супер- і гіпермаркетами, магазинами самообслуговування; значно менший сегмент представляють спеціалізовані продовольчі магазини, кіоски та автозаправні станції. Ці особливості доцільно враховувати як при ідентифікації сутнісних характеристик роздрібного торговельного підприємства, так і їх особливостей щодо конкурентоспроможності, місця у організаційній та функціональній структурі роздрібної торгівлі.

Цю тезу розділяє у В. Соболев, додаючи, що «...сучасний розвиток підприємств роздрібної торгівлі характеризується процесом консолідованого розвитку, коли поглинаються слабші конкуренти, удосконалюються торговельні технології, інтенсивно освоюються сучасні формати торгівлі та закладається початок розвитку цивілізованої торгівлі, відбувається зміна процесу доставки товарів у роздріб, скорочується частка каналів дистрибуції та збільшується частка їх надходження через власні розподільчі центри» [155,с.22-23]. Укрупнення суб'єктів торгівлі об'єктивно посилює ризики життєздатності менш конкурентоспроможних підприємств роздрібної торгівлі. Відтак, особливості сучасних тенденцій доцільно враховувати при розробці політики управління їх конкурентними позиціями. На нашу думку, особливо важливо враховувати напрями змін в організації торгово-технологічного процесу, як от закінчення періоду дистрибуції та настання періоду логістичних підприємств. Це відкриває перспективи як для інституціоналізації співробітництва з мережею постановня, так і для вертикальної інтеграції підприємств роздрібної торгівлі.

Здатність підприємств торгівлі до швидкої адаптації головною конкурентною перевагою визначають й Н. Власова та С. Макеєв, додаючи, що це визначається діловою активністю підприємств як системою дій, спрямованих на просування товарів на товарних і ресурсних ринках; своєю чергою, це потребує знаходження оптимальних рішень щодо складу активів та поточних витрат, динаміки товарообороту та трансакційних витрат, обсягів товарообороту та показників рентабельності, ін., які й забезпечують необхідний рівень конкурентоспроможності [31,с.27].

В процесі встановлення характерних рис, притаманних суб'єктам роздрібної торгівлі, звернемося до особливостей економічного механізму їх функціонування. Так, у дослідженні «Діагностика дієвості економічного механізму торговельного підприємства» обґрунтовано, що економічний механізм функціонування торговельних підприємств є сукупністю елементів, серед яких виділяються економічні методи управління та інструменти (важелі) їх реалізації під впливом механізмів ринкового саморегулювання та державного регулювання, спрямованих на досягнення мети функціонування підприємства. При цьому елементами економічного механізму торговельного підприємства визначені: планування, мотивація підприємства та праці, ціноутворення, фінансування, господарські зв'язки та важелі їх реалізації [130,с.179]. Звідси робимо висновок про те, що діяльність підприємств торгівлі значною мірою піддається впливу ринкового середовища та державного регулювання.

Останнє неодноразово досліджувалося та визнавалося вітчизняними і зарубіжними науковцями. Так, у праці [131,с.45-47] зазначається, що ефективне функціонування та розвиток підприємств роздрібної торгівлі можливі лише з урахуванням принципів ринкового саморегулювання та цільового впливу державного регулювання; при цьому існує широкий перелік економічно-інституційних, управлінсько-правових, фахово-психологічних та історико-етнічних факторів негативного впливу на розвиток конкуренції в торгівлі. На нашу думку, вони підлягають врахуванню в межах політики управління конкурентоспроможністю роздрібних торговельних підприємств.

Як вважає О. Пігунова, роздрібне торговельне підприємство характеризується особливостями не лише відносно суб'єктів господарювання інших видів економічної діяльності, але й відносно різних форматів та концепцій торгівлі, – «... це окрема концепція просування товарів, включно з розмірами, асортиментом та викладанням товарів, плануванням використовуваного обладнання, дизайну, персоналу та режиму роботи. Саме тому, характеризуючи роздрібне торговельне підприємство превалюють такі параметри, як площа торгової зали, асортиментна спрямованість, кількість товарних позицій, чисельність персоналу, метод продажу, організація торговельної діяльності» [147,с.143].

Поділяючи таку думку, зауважимо, що в роздрібній торгівлі на перший план виводяться проблеми, пов'язані з формуванням асортименту товарів, розміщенням та оформленням торговельної зали, обслуговуванням покупців. Власне ці аспекти значною мірою впливають на конкурентні позиції суб'єктів господарювання.

Попри ймовірну соціальну роль окремих підприємств роздрібної торгівлі у превалюючій більшості випадків їх господарська діяльність має комерційну спрямованість. Прибуток потрібен для забезпечення прийнятної окупності капіталу, інвестованого у розвиток роздрібних торговельних мереж, формування мотиваційних та маркетингових програм, стимулювання ділової активності в торгівлі тощо. Своєю чергою прибуток є характерною особливістю підприємницької діяльності, яку здійснюють підприємства роздрібної торгівлі. На думку Н. Романенко та В. Чмаріної, торговельне підприємництво є складною оперативно-організаційною системою, спрямованою на забезпечення здійснення процесів купівлі/продажу товарів із урахуванням поточних та перспективних ринкових змін з метою повного задоволення попиту населення та отримання прибутку [147,с.170-171].

Позитивно, що науковці на цьому не зупиняються та вважають підприємства роздрібної торгівлі своєрідною ланкою між суб'єктами господарювання, що виробляють продукцію, та споживачами, які її споживають. Відповідно, здатність організувати цей посередницький процес, відшукати та відстояти власне місце в системі товарообігу значно визначає життєздатність як динамічну особливість конкурентоспроможності суб'єктів торговельного бізнесу. Результатом успішного функціонування торговельного підприємства є вигідна взаємодія всіх учасників комерційного обігу з врахуванням комерційної вигоди на усіх етапах торгово-технологічного процесу. Та більше того, саме торгова підприємницька діяльність сприяє ефективному розвитку виробництва та впливає на нарощення його обсягів і визначення перспективних напрямів розвитку. Вважаємо, що ця особливість також має враховуватися при оцінюванні конкурентних позицій підприємств роздрібної торгівлі. Такий висновок напрашується з огляду на сучасні особливості фінансування розвитку суміжних видів економічної діяльності та галузей економіки. Давно відомі успішні практики інтеграції підприємств торгівлі що вперед, що назад, а також їх інвестування у торгові марки та розвиток виробничих потужностей.

Багато уваги економічній природі та особливостям торговельних відносин, їх закономірностям та механізмам реалізації, ролі конкурентних відносин було при-

ділено Т. Громовою у праці «Торгівля як інституціональна форма функціонування сфери обігу». Науковець, досліджуючи діяльність підприємств торгівлі крізь призму її інституціональної ролі, дійшла висновку, що цей вид економічної діяльності як ніякий інший піддається впливу не лише економічних, але й соціальних та політичних чинників.

Підприємства торгівлі функціонують у середовищі, інституційованому формальними та неформальними правилами і нормами, об'єктом їх діяльності є товарний обмін у формі купівлі/продажу товарів та надання усіх необхідних для цього процесу як виробникам товарів, так і їх покупцям [52, с.159]. На нашу думку, роздрібна торгівля дійсно піддається значному впливу з боку інституціонального середовища, діяльність її підприємств регулюють численні нормативно-правові акти, що динамічно змінюються, а обсяги та ефективність господарювання залежать від узгодження з економічними інтересами суб'єктів ринкової інфраструктури, конкурентів, контрагентів та покупців.

У цьому контексті зауважимо й про важливу соціальну роль підприємств роздрібною торгівлі, які, виступаючи інституційним елементом сфери товарного обігу, беруть участь у стабілізації споживчого ринку, виконують важливі соціальні функції, як от – забезпечення населення товарами широкого асортименту та доступних цін, реалізація різного роду соціальних програм. Вважаємо, що ці аспекти також потрібно враховувати суб'єктам торговельної діяльності як потенційні переваги.

Не забуваємо й про чи не найбільш важливий аспект в контексті ефективності роздрібною торгівлі. Це рівень витрат обігу, від якого залежить витратомісткість товарообороту та в кінцевому підсумку товарооборотність як одна з головних економічних характеристик торгівлі. Проте тут потрібно звернути увагу на таку особливість торговельної діяльності, у т. ч. в порівнянні з іншими видами економічної діяльності, як трансакційні витрати, причому не лише власної фінансово-господарської діяльності, але й представників виробництва та споживання. Їх зведення до мінімуму, а також розвиток проектів співробітництва з пошуку інформації, оформлення контрактів, дослідженні ринків можуть стати передумовою зміцнення стійких конкурентних позицій суб'єктів торговельної діяльності.

Інституціональний підхід до дослідження особливостей торговельної діяльності застосовувала й О. Покатаєва, наголошуючи на таких особливостях інституціональних трансформацій торговельно-економічних відносин, як витіснення старих організаційних форм новими, швидкий розвиток торговельних мереж, особливо супер- та гіпермаркетів, використання сучасного торговельного обладнання [143, с.87-88]. Це дійсно особливості та чи не найважливіші чинники в системі управління бізнес-процесами сучасних торговельних підприємств. Але водночас наголосимо й на тому, що в умовах конкуренції особливо актуалізуються питання інноваційного розвитку підприємств роздрібною торгівлі.

Причому підхід, за якого інновації зводяться лише до створення нової більш конкурентоспроможної продукції об'єктивно застарів. У роздрібній торгівлі зростають роль та значення організаційних, юридичних, технологічних та економічних нововведень. У багатьох випадках вони стають головними чинниками

протидії невеликих об'єктів торгівлі крупним торговельним мережам та більш динамічного розвитку одних підприємств торгівлі в порівнянні з іншими.

Позаяк, відомо, що створення та впровадження інновацій процес ризиковий, тривалий і витратний. Така діяльність потребує інвестицій. Хоча об'єктом вкладення інвестиційних ресурсів можуть слугувати й інші сторони та аспекти діяльності підприємств роздрібної торгівлі, до прикладу, – розвиток мережі торговельних об'єктів чи збільшення торговельної площі. Відтак, ми поділяємо думку, обґрунтовану у праці [75,с.24-25], що конкурентоспроможність суб'єктів роздрібної торгівлі значною мірою визначається рівнем формування та ефективністю використання їх інвестиційного потенціалу, тобто здатності акумулювати, причому як власні, так і залучені, кошти в цілях інвестування у розширення товарних запасів, а також у розвиток матеріально-технічної бази торгівлі.

З огляду на залежність розширення роздрібних торговельних мереж від доступу до інвестиційних ресурсів, а також на об'єктивно існуючі тенденції до збільшення обсягів рітейлу, у т. ч. з метою оптимізації витрат фінансово-господарської діяльності (зокрема трансакційних), зростає увага до дослідження особливостей та переваг функціонування роздрібних торговельних мереж. Цьому присвячені численні публікації О. Азаряна, Є. Локтева, Л. Саркісяна, Д. Гаркуша, Л. Лігоненко, Г. Богославець, Г. Піратовського та ін. [165], де зазначається, що попри активізацію розвитку цього сегменту сектору роздрібної торгівлі, в період фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. та у посткризовий період значно погіршили окремі важливі показники фінансово-економічної ефективності його підприємств та сповільнилися темпи зростання торговельних площ і кількості крупних торговельних об'єктів. На це є як зовнішні (зменшення обсягів платоспроможного попиту), так і внутрішні причини, передусім високе боргове навантаження та згорання банками кредитних програм.

Ми погоджуємося з визначенням таких особливостей роздрібних торговельних підприємств, як врахування купівельної спроможності населення, оптимізація цінової політики та покращення системи маркетингу і обслуговування покупців, товарна диверсифікація діяльності, міжгалузеве співробітництво.

Доцільність врахування напрямів та тенденцій зміни макроекономічних показників стану розвитку країни, результатів аналізу торговельного середовища, показників, напрямів та завдань розвитку торгівлі при обґрунтуванні елементів політики управління стабільним розвитком суб'єктів роздрібної торгівлі доводиться у дослідженні П. Юр'євої [187,с.7], адже спостерігається значна залежність темпів розвитку суб'єктів роздрібної торгівлі від загального економічного зростання, а також середовища комерційної діяльності. На нашу думку, це суттєвий аспект, що визначає залежність функціонування підприємств торгівлі від умов функціонування, ресурсів, процесу діяльності та його результатів.

Вважаємо, що системними та комплексними потрібно визнати й результати дослідження, проведеного М. Беляєвою. Так, в процесі застосування методу аналізу і синтезу науковець виокремила такі головні особливості підприємств роздрібної торгівлі, як менш тривалий життєвий та комерційний цикли, висока швидкість обороту коштів, специфіка структури активів та фінансування капіта-

лу, висока потреба в кредитних ресурсах, пріоритетність комерційного ризику, висока залежність результатів діяльності від кон'юнктури та місткості споживчого ринку, значна трудомісткість та широкі можливості для розвитку різноманітних форм господарювання [8,с.6]. Отже, попри згадану залежність від зовнішнього середовища, можна погодитися з важливістю ефективності управління структурою капіталу, раціональністю обраних джерел її фінансування, а також обрання найбільш доцільних організаційних форм торгових об'єктів при забезпеченні конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.

Охарактеризовані вище особливості підприємств роздрібної торгівлі значною мірою визначають їх конкурентні позиції, а також взаємообумовлюються з завданнями та роллю у функціональній і організаційній структурі цього виду економічної діяльності (рис. 1.2).

Від пошуку власного місця в організаційній структурі торгівлі значною мірою залежать обсяги участі окремого підприємства у забезпеченні населення товарами та торговельними послугами, виконання функцій в системі роздрібної торгівлі. Відомо, що структура торгівлі містить елементи, організаційні відносини, зв'язки і взаємодію; вона включає господарську, функціональну, управлінську, технологічну, соціальну, територіальну та інші види структур. Відтак, крім обсягів господарської діяльності та виконання функцій, роздрібні торговельні підприємства, будучи елементами організаційної структури торгівлі, виступають суб'єктом управління її розвитком, виконують технологічні завдання, реалізують соціальні функції, забезпечують просторово-структурне вирівнювання її розвитку.

Саме в такому широкому аспекті слід розглядати функціонування підприємств роздрібної торгівлі як органами державної влади, так і керівництвом суб'єктів роздрібної торгівлі.

Адже в такому разі державна політика регулювання розвитку підприємств торгівлі буде більш ефективною, а внутрішньогосподарська система управління підприємствами – спрямованою на всесторонній розвиток та комплексне посилення конкурентних позицій, тобто не лише у фінансово-господарській діяльності, але й у соціальній та територіальній (що може знайти потужну підтримку з боку місцевої влади та територіальних громад), функціональній та міжгалузевій сферах (що сприятиме формуванню коопераційних відносин з іншими господарськими структурами).

До елементів організаційної структури роздрібної торгівлі традиційно відносять: (1) об'єкти торгівлі, торговельні підприємства та їх структурно-функціональні підрозділи, асоціативні торговельні структури, організації; (2) галузеві, функціональні, відомчі, територіальні та інші підсистеми роздрібної торгівлі; (3) державні та недержавні управлінські органи, підрозділи, служби. Виходячи з цього, об'єктивно буде стверджувати, що підприємства роздрібної торгівлі можуть брати активну участь в управлінні розвитком цієї сфери шляхом свого представництва у різного роду галузевих об'єднаннях та асоціаціях з подальшим представленням власних інтересів у громадських або державних органах регулювання роздрібної торгівлі.



Рис. 1.2. Особливості роздрібних торговельних підприємств та їх місце в організаційній та функціональній структурі роздрібно́ї торгівлі

Складовими організаційної структури роздрібно́ї торгівлі виступають також сукупність відносин і зв'язків, а саме – організаційних, управлінських, економічних, соціальних та технологічних відносин; господарських, економічних, зовнішньоекономічних, інтеграційних та коопераційних зв'язків. Це підтверджує можливості участі підприємств роздрібно́ї торгівлі у системі зовнішньоекономічних відносин, а також в забезпеченні створення локальних інтегрованих систем та коопераційних відносин за участю суб'єктів (1) роздрібно́ї торгівлі, (2) заготівельного та виробничого сектору, (3) системи постачання, продажу товарів та їх післяпродажного обслуговування, (4) складування, транспортування та логістики, (5) сфери інших комерційних послуг.

Зауважимо, що такого роду завдання можуть успішно реалізуватися роздрібними об'єктами системи споживчої кооперації, яка мала багаторічний успішний досвід організації та функціонування коопераційних відносин за складовими заготівлі-виробництво-переробка-продаж споживчих товарів. Перспективи інтеграційних відносин очевидні, адже такі системні зв'язки й підтримують постійну пряму та опосередковану взаємодію елементів структури торгівлі та інших видів економічної діяльності, що виступають інфраструктурним забезпеченням роздрібно́ї торгівлі.

Зазначимо, що в класичному вигляді функціональна структура роздрібно́ї торгівлі також представлена сукупністю елементів, але таких які виражають її базові функції. Це (1) матеріально-технічне забезпечення, (2) заготівля сільськогосподарської продукції, (3) торгівля товарами народного споживання. Проте, в сучасних умовах ринкового середовища елементи дещо змінилися і ці трансформації, на нашу думку, неоднозначно позитивні. Йдеться про суттєве зниження ролі таких складових, як матеріально-технічне забезпечення і заготівля сільськогосподарської продукції та перетворення першої на оптову торгівлю засобами виробництва, а другої – на оптову торгівлю аграрною продукцією. Втім, ці зміни скоріше стосуються обліково-понятійного апарату, а не змістового. По суті вони залишаються важливими для економіки та торгівлі зокрема видами діяльності, які щоправда істотно зменшили свої обсяги через високу витратомісткість, ризиковість, капіталомісткість та порівняно нижчу рентабельність. Але, на наше переконання, їх потрібно відновлювати та розвивати. Від цього залежать важливі характеристики соціально-економічного розвитку кожної держави.

Як зазначає І. Гапій, функціональна структура об'єднує елементи, які безпосередньо забезпечують реалізацію основних функцій торгівлі. Така структура є сукупністю функціонально взаємопов'язаних елементів, які взаємодіють для досягнення загальної мети системи торгівлі – еквівалентного товарно-грошового обміну [42, с.12-16]. Втім, у більшості випадках зазначається, що у функціональному плані структура торгівлі відповідає національному класифікатору видів економічної діяльності та охоплює оптову торгівлю, яка включає 40 класів, тобто видів і різновидів торгівлі, роздрібну торгівлю – 28 класів, торговельне посередництво – 12 класів і 6 класів торгівлі послугами [136].

Натомість ми вважаємо, що попри наявність зв'язку між формами та видами торгівлі і виконанням її суб'єктами тих, чи інших завдань, все ж функціональна

структура торгівлі має вказувати вказує на співвідношення обсягів та рівня виконання її усталених функцій. До таких у праці «Система регулювання внутрішньої торгівлі України» віднесені: обмін результатів праці (продукції, товарів, робіт, послуг) на гроші, забезпечення потреб споживачів у товарах і послугах відповідно до обсягів та структури платоспроможного попиту населення, активного впливу на виробництво і споживання [153,с.8-21].

В науковій літературі з проблем розвитку роздрібної торгівлі наводяться й інші функції підприємств цього виду економічної діяльності, як от доведення товарів до споживачів, продовження процесу виробництва у сфері товарного обігу (сортування, комплектування, пакування), зміна форм вартості з товарної на грошову, надання торгових послуг населенню в процесі реалізації товарів.

Виходячи з цих концептуальних основ вважаємо, що місце та особливості суб'єктів роздрібної торгівлі у функціональній структурі роздрібної торгівлі полягають у такому: здійснення кругообігу фондів обігу; посередництво поміж представниками заготівельного, виробничого сектору та споживачами їх продукції; узгодження купівельних можливостей населення та виробничих потужностей підприємств; вплив на асортиментну, номенклатурну та цінову політику виробничого сектору; виконання обслуговуючих завдань в процесі товароруху; формування споживчих уподобань, нових ринкових сегментів; удосконалення форм та методів обслуговування покупців.

1.2. Сутність і критерії фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

Поняття конкурентоспроможності є одним з найбільш комплексних економічних характеристик підприємства. Суб'єкт господарювання з високим рівнем конкурентоспроможності має вищі шанси на успішніше функціонування на ринку в порівнянні з конкурентами, розвиток власної торгової мережі, розширення торгових площ, збільшення товарних запасів та формування інтелектуально-кадрового потенціалу подальшого розвитку.

Втім на конкурентоспроможність впливає велика кількість як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Так, підприємство не в змозі стабільно мати більші обсяги діяльності в умовах, коли внутрішні бізнес-процеси не раціональні, рівень ефективності використання ресурсного забезпечення низький, не стабільними є прибутковість та фінансовий стан. Своєю чергою навіть найбільш ефективні підприємства не будуть конкурентоспроможними за несприятливої ринкової кон'юнктури у цільовому ринковому сегменті, зниженні попиту на його товари, ускладненні доступу до ресурсів та ринків.

Попри те, існують й опосередковані чинники впливу на конкурентні позиції суб'єктів господарювання. Це ефективність управління бізнесом та зміни в системі регулювання, якість та конкурентоспроможність товарів і діяльність конкурентів, наслідки еволюційного розвитку галузі, форм та видів торгівлі.

Фактично, на нашу думку, об'єктивним є висновок про те, що для належної характеристики конкурентоспроможності суб'єктів господарювання доцільно застосовувати не певний єдиний методичний підхід чи усталену сукупність параметрів, а розлогу класифікацію напрямів аналізу та показників у їх межах. Вона має ґрунтуватися і узгоджуватися з особливостями фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Загалом за результатами вивчення профільної економічної літератури, є підстави стверджувати, що механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі є комплексним і системним явищем, що передбачає застосування у чітко визначених пропорціях та послідовності сукупності методів, інструментів та заходів з метою посилення і стійкого забезпечення його конкурентних переваг.

Поняття механізму стосується й ідентифікації його цільових орієнтирів, принципів, об'єктної спрямованості, суб'єктів реалізації, часових рамок тощо. При цьому особливостями фінансово-економічного механізму є застосування більшою мірою фінансових інструментів та заходів, що спрямовані на посилення економічних характеристик конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. Концептуально фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності можна відобразити як на рис. 1.3.

Особливої вагомості категорії конкурентоспроможності надає те, що проблеми у цій сфері почали досліджувати доволі давно та вони актуальні й досі. Так, перші комплексні результати обґрунтування сутнісних характеристик, принципів чинників впливу, складових та напрямів забезпечення конкурентоспроможності,

щоправда на макроекономічному рівні управління, з'явилися у середині XVIII ст. у працях з положень класичної теорії А.Сміта. Втім, науковець вивчав більшою мірою параметри конкурентного середовища, що ґрунтуються на принципах вільної конкуренції, вільного пересування капіталу, товарів, грошей, людей, оптимального використання ресурсів суспільства за для формування сильних і конкурентоспроможних національних товаровиробників.

Щодо безпосередньо конкурентоспроможності, то цей термін вперше використав наприкінці сімдесятих років XX ст. М. Портер. Науковець встановив чотири найважливіших чинники конкурентоспроможності, які розмістив у межах т. зв. ромба конкурентних сил, що на сьогодні широко використовується при аналізі стану конкурентоспроможності на галузевому та макrorівнях.

Звернімо увагу на те, що у працях М. Портера наголос робиться на кінцеві результати та ефективність фінансово-господарської діяльності об'єкта конкурентоспроможності. Тобто для підприємства – це рентабельність та продуктивність використання ресурсів. На думку М. Портера, конкурентоспроможність є характеристикою економічного агента виступати на ринку нарівні з суб'єктами господарювання, що пропонують аналогічні товари (роботи, послуги) [145,с.22].

Як зазначається в дослідженні [158,с.25], підприємство є конкурентоспроможним лише тоді, коли воно здатне виготовляти та продавати конкурентоспроможну продукцію (товари) та ефективно використовувати всі наявні ресурси. Хоча конкурентоспроможну продукцію ще потрібно вдало реалізувати, забезпечивши при цьому розширене відтворення та раціональне використання капіталу. Крім того, конкурентоспроможність підприємства визначається в умовах конкурентної боротьби, для чого обирається певна стратегія, що також виступає чинником конкурентоспроможності і має враховуватися.

Погоджуємося з А. Градовим, що конкурентоспроможність суб'єкта господарювання визначається мірою порівняльної переваги відносно інших економічних агентів аналогічного виду економічної діяльності [51,с.102].

Втім, порівняльна перевага не може стосуватися лише якогось одного аспекту діяльності підприємства. Це має бути комплексна характеристика переваг чи недоліків. Саме тому заслуговують на увагу результати дослідження Н. Тарнавської, що визначає такі напрями конкурентоспроможності підприємства, як конкурентоспроможність його продукції, система показників ефективності, порівняльні переваги чи характерні особливості підприємств, властивість об'єкта управління, здатність протистояти в конкурентній боротьбі, гнучкість і адаптивність, міра компетенції підприємства, доступність та ефективність використання інформації [168,с.9-19]. Попри широке охоплення різних параметрів діяльності підприємства, вважаємо такий підхід дещо неконкретизованим, а об'єднання кількісних та якісних характеристик очевидно ускладнює можливості оцінювання рівня чи розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності.

Відтак, куди практичніше значення має підхід А. Гайдуцького, який можна визначити, як ресурсно-інвестиційний та за якого конкурентні позиції суб'єкта господарювання характеризують його сировинна база, виробничий, науково-технологічний, кадровий потенціал, інноваційний рівень, фінансовий стан, організаційна структура, кваліфікований менеджмент, імідж [40].

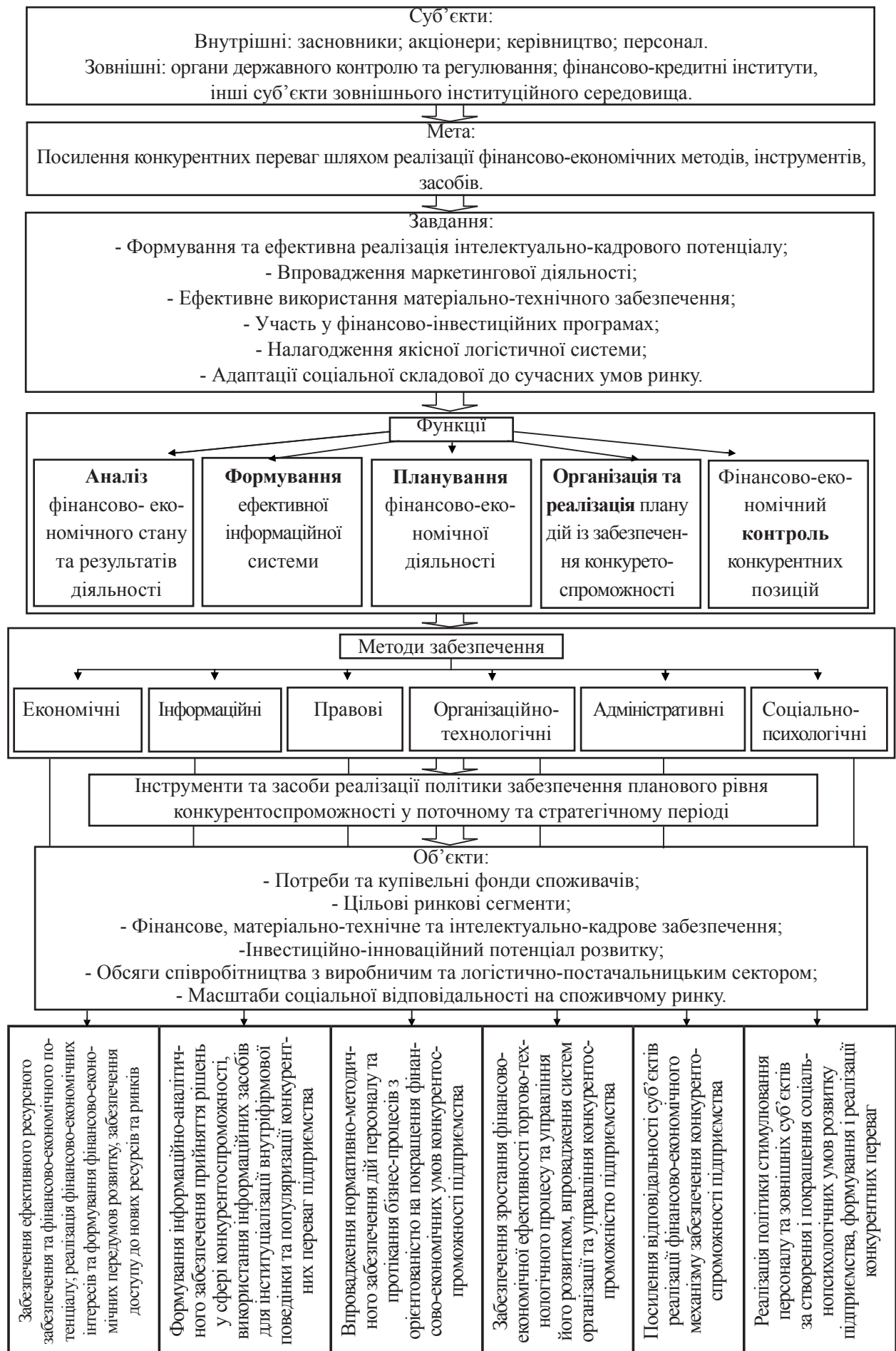


Рис. 1.3. Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

Г. Соколюк підходить до ідентифікації сутнісних характеристик категорії «конкурентоспроможність» виходячи з того, що її арбітром виступає споживач, який приймає рішення відносно придбання чи відхилення товарів тих, чи інших суб'єктів господарювання. Тому конкурентоспроможність підприємства трактується як здатність створювати і виводити на ринок товари з більшою, ніж у конкурентів, споживчою цінністю та досягати при цьому цілей у стратегічних зонах господарювання, узгоджених з ресурсними та ринковими можливостями [156,с.7].

Дійсно, визнання товарів покупцями є доволі дієвим підтвердженням успішності підприємства та результатів його діяльності, але зауважимо, що збільшення обсягів продажу товарів та розширення ринкової частки не є єдиними вичерпними інтересами засновників, керівництва та персоналу суб'єкта господарювання при його заснуванні та розвитку. Сюди відносяться й залучення капіталу та інвестицій, капіталізація та збільшення чисельності акціонерів, реалізація, в кінці-кінців, соціальної функції та відповідальності бізнесу. Тому, вважаємо подане вище визначення надто комерціалізованим та таким, що не враховує такі аспекти конкурентоспроможності, як ефективність управління та використання ресурсного забезпечення, реалізація економічного потенціалу та раціональність керування ресурсно-функціональними складовими суб'єкта господарювання.

О. Єфременко, ототожнюючи поняття конкурентоспроможності, конкурентних переваг та конкурентних позицій підприємства, зазначає, що це місце, яке посідає суб'єкт господарювання на ринку відносно конкурентів; воно визначається порівняльною характеристикою результатів діяльності підприємства, його іманентною здатністю виробляти і реалізовувати продукцію швидко (своєчасно), за доступною ціною, якісно, у достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування [70,с.5-6].

Погоджуючись з переліченими критеріями конкурентоспроможності підприємства, наголосимо на доволі системному підході, що дійсно охоплює більшість необхідних для трактування конкурентоспроможності ознак. Втім, головним лейтмотивом тут виступає ознака спроможності систем виробництва і збуту, а це свідчення короткостроковості та обмеженості стратегічного планування розвитку суб'єкта господарювання. Тобто конкурентоспроможність, на нашу думку, це не лише виробництво і збут, це ще й планування розвитку та місця підприємства на ринку, ефективне управління іншими елементами бізнес-процесів та фінансово-ресурсним забезпеченням.

Щодо останнього, то фінансова складова конкурентоспроможності підприємств в останні роки досліджується у все більших обсягах. Зростання її вагомості обумовлюється, крім інших чинників (залежність підприємств від кредитних ресурсів, невисокі їх фінансова стійкість та ліквідність), поступовим розвитком фінансових ринків та фінансових систем на посттрансформаційному етапі розвитку економіки, очікуванням зростання фондового ринку. Відтак, цей аспект потребує більшого розгляду в системі управління конкурентоспроможністю, зокрема підприємств роздрібною торгівлі, які значну частину товарних запасів формують за рахунок кредитних коштів або кредиторської заборгованості, а для розширення торгових площ чи роздрібною торговельної мережі залучають інвестиційні ресурси.

На думку М. Чухрія, фінансова конкурентоспроможність підприємства відображає його здатність здійснювати конкурентну боротьбу в ринкових умовах, які змінюються, підтримуючи структуру капіталу, за якої гарантується платоспроможність, кредитоспроможність і зростання ринкової вартості підприємства [181,с.6]. Підтримуючи важливість та актуальність привернення уваги до проблем фінансової конкурентоспроможності, зауважимо, що її потрібно, на наш погляд, розглядати дещо ширше, додаючи оборотність активів підприємства, а також ефективність його інвестиційно-фінансової політики.

В окремих дослідженнях з проблем конкурентоспроможності суб'єктів господарювання науковці, істотно розширивши власні погляди, доходять висновку про необхідність урахування не лише внутрішніх, але й зовнішніх конкурентних переваг, якими, до прикладу, є суспільна та соціальна роль. Так, М Бігус трактує конкурентоспроможність туристичних підприємств їх здатністю ефективно використовувати ресурсний потенціал, спрямований на досягнення мети господарської діяльності при дотриманні умов збалансованого розвитку територій [10,с.6]. Розвиваючи цю ідею, зазначимо, що зовнішня, передусім соціальна складова, особливо характерна для підприємств роздрібної торгівлі, а, відтак, має враховуватися при наданні характеристики їх конкурентоспроможності.

Багато уваги проблемам управління конкурентоспроможністю підприємств, зокрема у стратегічному аспекті, приділив у своїх дослідженнях О. Ковтун, дійшовши висновку, що це здатність суб'єкта господарювання до конкурентної боротьби в певному ринковому сегменті; її передумовами є накопичений досвід та знання, інтелектуальний капітал, конкурентні можливості, унікальні навички, стратегічно цінні матеріальні та нематеріальні активи, ринкові досягнення, що є елементами конкурентоспроможності та формують потенціал конкурентоспроможності підприємства [85,с.31].

Таким чином науковець закладає в основу трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства» стратегічний управлінський аспект, що позитивно та важливо, втім не розкриває багатьох з охарактеризованих вище її елементів, аспектів та складових.

Доволі розлогу сукупність чинників пропонує враховувати при трактуванні категорії конкурентоспроможності підприємств торгівлі Є. Смірнов. На думку науковця, її визначають конкурентоспроможність товарів та послуг, що надає підприємство, його відповідність вимогам поточному стану розвитку ринку, здатність витримувати конкуренцію, ефективно використовувати потенціал; в загальному конкурентоспроможність є комплексною динамічною характеристикою діяльності підприємства [147,с.263].

Поділяючи характеристику комплексності та динамічності категорії «конкурентоспроможність», що важливо в контексті стратегічного підходу до політики забезпечення конкурентних позицій суб'єкта господарювання, все ж зауважимо, що в роздрібній торгівлі конкурентоспроможність товарів не може бути настільки важливою, як для підприємств, що їх продукують, а відповідність стану розвитку ринку та здатність витримувати конкуренцію дещо не конкретні положення у пропонуваному визначенні.

Не забуваємо про особливості конкурентних переваг у роздрібній торгівлі, які власне уточнюють сутнісне трактування конкурентоспроможності її підприємств та дозволяють визначити напрями чи елементи, за якими доцільно здійснювати оцінювання та забезпечення конкурентоспроможності. Цим питанням багато уваги присвячено у дослідженні на тему: «Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства», де зазначається, що «... конкурентоспроможність торговельного підприємства є механізмом ефективного використання конкурентних переваг з метою реалізації стратегічних цілей господарсько-фінансової діяльності та забезпечення соціально-економічних потреб споживачів; це здатність отримувати переваги в боротьбі за споживача, ефективно використовувати ресурсний потенціал, впроваджувати інноваційні технології та програми соціального характеру відповідно до вимог законодавства» [65, с.20-21].

Зауважимо на особливостях цього підходу. Так, по-перше, попри те, що науковцями спершу конкурентоспроможність трактується як механізм, у підсумку вони все ж схиляються до її трактування як «здатність», що, мабуть, правомірно з огляду на превалюючи більшість таких підходів у науковій економічній літературі. По-друге, з поданого визначення кристалізуються два головних напрями конкурентоспроможності – переваги в задоволенні потреб споживача та ефективність фінансово-господарської діяльності. По-третє, простежується особливість торговельної діяльності – це згадуване забезпечення соціально-економічних потреб населення.

Відтак, означений підхід має право на існування, але й на подальше удосконалення. Ми погоджуємося, що ключовим параметром конкурентоспроможності на макрорівні виступає здатність перемагати в боротьбі своїх прямих та опосередкованих конкурентів. Втім, важливо визначитися з тим, що є об'єктом конкуренції. Наприклад, згадувана у більшості з поданих вище визначень конкурентоспроможності ефективність господарювання і використання ресурсів напевно важлива, але ж не за неї борються підприємства. Боротьба йде за кількість споживачів, їх купівельні фонди, за обсяги ринку та ресурсів, що залучаються, інвестиції, інновації, інтелектуальний капітал. А ефективність господарювання є одним із способів чи передумов подальшої успішної боротьби. Саме тому, на наш погляд, подальше уточнення сутнісних характеристик конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств має враховувати ці особливості.

Звідси, вважаємо за доцільне трактувати конкурентоспроможність роздрібно-го торговельного підприємства як системну комплексну характеристику його здатності у коротко та довгостроковій перспективі перемагати у конкурентній боротьбі з прямими та опосередкованими конкурентами за споживачів та їх купівельні фонди, цільові ринкові сегменти, фінансове, матеріально-технічне та інтелектуально-кадрове забезпечення, інвестиційно-інноваційний потенціал розвитку, обсяги співробітництва з виробничим та логістично-постачальницьким сектором, масштаби соціальної відповідальності на споживчому ринку.

Перевагами такого підходу є чітка зорієнтованість об'єктах конкурентної боротьби, за які йде змагання поміж підприємств роздрібної торгівлі та не тільки (адже споживачі можуть придбавати товари безпосередньо у виробника, оптово-

закупівельного підприємства, індивідуальних підсобних господарств, суб'єктів необлікованого та тіньового секторів ринку); врахування функцій торгівлі, якості обслуговування населення та ефективності реалізації соціальних завдань, включно зі здатністю пристосовуватися до змін зовнішнього середовища.

Своєю чергою, капіталізацію і високу віддачу інвестованого в бізнес капіталу, як і економічну ефективність, прибутковість та фінансову стійкість і ліквідність, вважаємо головними чинниками формування конкурентних переваг, але ними ще потрібно раціонально скористатися. Та навпаки, – висока конкурентоспроможність є однією з найважливіших умов досягнення стратегічних цілей і реалізації стратегічного та економічного потенціалу розвитку роздрібного торговельного підприємства. Тому ці аспекти не доцільно закладати у визначення аналізованого поняття.

Але додамо, що аспекти конкурентоспроможності як оціночної характеристики в кожен конкретний момент часу чи залежно від еволюційного етапу розвитку роздрібного торговельного підприємства, його поточних цілей, розмірів, спеціалізації тощо об'єктивно змінюють акценти. Саме для цього потрібно усвідомлювати розлогу класифікацію напрямів та критеріїв конкурентоспроможності (рис. 1.4). Більше того, системність та комплексність при оцінюванні рівня та розробці заходів з посилення сприяють підвищенню ефективності політики засновників та керівництва суб'єктів господарювання щодо забезпечення конкурентоспроможності їх мікроекономічних систем, включно з удосконаленням позиціонування підприємства на ринку та в системі відносин: торговельне підприємство – постачальник; торговельне підприємство – споживач; торговельне підприємство – конкурент; торговельне підприємство – система регулювання роздрібної торгівлі.

Із урахуванням зазначеного ставимо під певний сумнів правомірність ідентифікації науковцями таких підсистем конкурентоспроможності торговельного підприємства, як (1) кадрова, (2) майнова, (3) товарна, (4) організаційна [65,с.94].

Такої ж думки притримується й Є. Смірнов, виокремлюючи такі напрями конкурентоспроможності торговельних підприємств, як (1) маркетинговий, (2) торгово-технологічний, (3) фінансовий, (4) організаційно-управлінський, (5) трудовий та (6) інноваційний [147,с.275].

Втім, науковець обґрунтовує необхідність застосування поняття конкурентний потенціал торговельного підприємства, під яким розуміє здатність забезпечувати конкурентоспроможність на ринку за рахунок наявних конкурентних можливостей, які при динамічному впливі та сприятливій конкурентній ситуації можуть трансформуватися у фактори стійкої конкурентної переваги.

Відтак, вказані вище напрями є складовими конкурентного потенціалу торговельного підприємства, який реалізується на стратегічному, підприємницькому та функціональному рівні.

Нам більше імпонує саме такий підхід до ідентифікації структури конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. Але її розвиток до категорії конкурентного потенціалу вважаємо дещо не обґрунтованим. Ці міркування базуються на такому: підприємства конкурують на ринку в поточний момент часу, тому слід говорити про стан, а не перспективи зміцнення конкурентних позицій

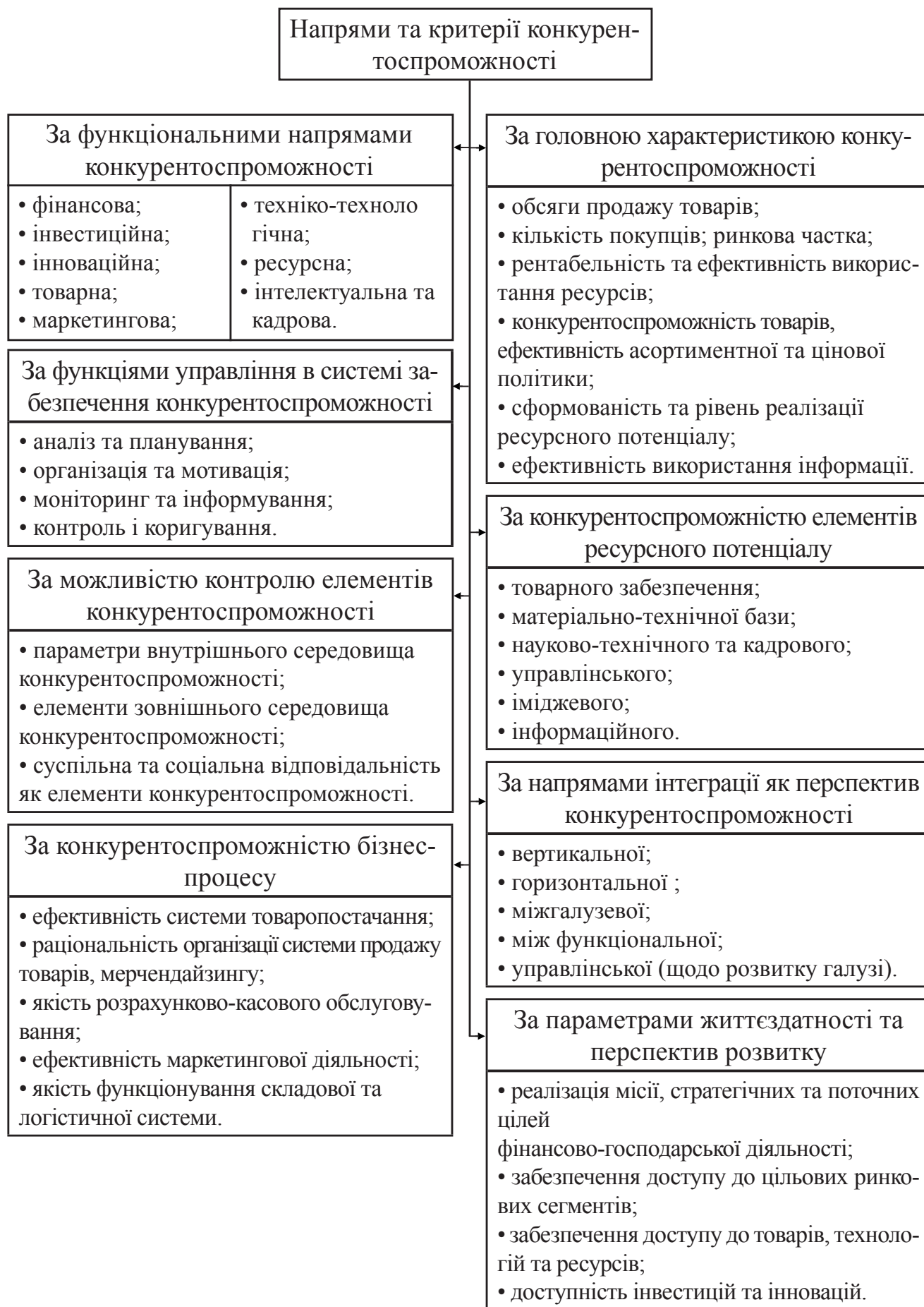


Рис. 1.4. Класифікація напрямів та критеріїв конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

(хоча це теж важливо, але реалізується при плануванні конкурентоспроможності, а не реалізації її потенціалу); конкурентоспроможність, як і потенціал, є категорією комплексною та значною мірою не матеріальною, тому їх поєднання дещо абстрактне.

На нашу думку, логічніше було б визначати підсистеми конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства за об'єктами конкурентної боротьби, тобто:

- маркетингова, показники якої характеризують ринкову частину підприємства, обсяги та динаміку товарообороту, його структуру, ефективність функціонування та позиціонування в межах цільового ринкового сегменту, чисельність лояльних покупців;

- фінансово-інвестиційна із наданням характеристики здатності підприємства залучати фінансові та інвестиційні ресурси, ефективно їх використовувати, а також формувати раціональну структури капіталу;

- матеріально-технічна з відображенням можливостей суб'єкта господарювання щодо залучення та ефективного використання необоротних активів та оборотних фондів;

- інтелектуально-кадрова з показниками, які характеризують здатність підприємства формувати власне кадрове забезпечення, інтелектуальні ресурси та ефективно їх використовувати;

- інноваційна, що відображає можливості торговельного підприємства до розробки (залучення), впровадження та ефективного використання товарних, організаційних, економічних, юридичних та технічних нововведень;

- логістична, параметри якої характеризують зручність місця розташування об'єкта торгівлі, обсяги та ефективність налагоджених відносин з виробничим та логістично-постачальницьким сектором;

- соціальна щодо можливостей, обсягів та ефективності заходів внутрішньої і зовнішньої соціальної відповідальності.

Виходячи з цього, а також з того, що параметри конкурентоспроможності не бувають ідентичними для різних суб'єктів господарювання, виду та формату торгівлі, за різних умов розвитку роздрібної торгівлі та економіки загалом вважаємо, що комплексну характеристику конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства (С) можна представити у вигляді такого економіко-математичного опису:

$$C = \{ T, P_t, Z, I_t^L, U_t^N, U_t^R, F_1, F_2 \}, \quad (1.1)$$

де T – множина моментів часу t ; P_t – множина показників розвитку підприємства в момент часу t ; Z – множина чинників за напрямками конкурентоспроможності (маркетинговим, фінансово-інвестиційним, матеріально-технічним, інтелектуально-кадровим, інноваційним, логістичним та соціальним) в момент часу t ; I_t^L – множина індикаторів конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства в момент часу t ; U_t^N, U_t^R – множини управлінських рішень із забезпечення конкурентоспроможності підприємства в момент часу t ; F_1 – оператор розрахунку значень локальних індикаторів I_t^L конкурентоспроможності підприємства на основі значень показників діяльності P_t та чинників конкурентоспроможності Z .

$$I_t^L = F_t(P_t, Z); \quad (1.2)$$

F_t – оператор обґрунтування управлінських рішень $U_t = (U_t^N, U_t^R)$ за результатами розрахунку значень індикаторів I_t^L конкурентоспроможності підприємства з врахуванням показників діяльності P_t та чинників Z_t^R, Z_t^P :



Рис. 1.5. Функції фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі має бути ефективним. Причому його ефективність полягає як у загальному позитивному результаті відносно конкурентних переваг підприємства, так і у виконанні покладених на нього функцій (рис 1.5).

Звернімо увагу на те, що параметри конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі істотно відрізняються від конкурентоспроможності суб'єктів господарювання з інших видів економічної діяльності (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Характерні особливості конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі

Ознаки	Характеристика
Товари	Конкурентоспроможність товарів поступається ефективності асортиментної та цінової політики, мерчандайзингу та позиціонування товарів, системи стимулювання збуту.
Організація торгово-технологічного процесу	На противагу швидкому та низьковитратному протіканню технологічного процесу перевага надається ритмічності продажу товарів, раціональності їх викладки у торговій залі, високій доходівдачі торгової площі, оперативності проходження покупців та розрахунково-касового обслуговування, мінімізації часових витрат, широкому діапазону додаткових послуг.
Політика конкуренції	Спостерігається зміщення уваги в конкурентній політиці з конкурентів на покупців; головні акценти в конкурентній боротьбі ставляться на місце розташування торговельних площ, швидкість та якість обслуговування покупців, задоволеність їх потреб в асортименті товарів та рівні цін.
Місце продажу товарів (ринок)	Формування нових сегментів на ринку роздрібною торгівлі, надання додаткових та суміжних з торгівлею послуг, диверсифікації процесів продажу товарів, реалізації практик міжгалузевого співробітництва.
Ціна	Вартість товарів не виступає ключовим чинником конкурентоспроможності, більш важливими є максимізація товарообороту та оптимізація рівнів трансакційних і витрат обігу.
Стимулювання збуту	Переведення зусиль та фінансових ресурсів з підтримки торгово-посередницької ланки на стимулювання збутового персоналу і реалізацію маркетингових програм заохочення покупців до здійснення повторних закупівель, збільшення частоти та обсягів придбання товарів.

По-перше, якщо у сільському господарстві, промисловості, будівництві, сферах транспорту і зв'язку та деяких інших сегментів реального сектору економіки одне із провідних місць щодо конкурентних позицій відіграє конкурентоспроможність продукції (товарів, робіт, послуг), то представники роздрібної торгівлі не виготовляють товари, якими торгують. Тому питання конкурентоспроможності продукції не настільки актуальне. Тут більш важливі результати асортиментної та цінової політики, мерчандайзингу, тобто забезпеченості маркетингової складової конкурентоспроможності. Хоча, зауважимо, що такі показники, як коефіцієнт та терміни оборотності оборотних запасів, рентабельність реалізованих товарів, стійкість асортименту та частка торговельних марок відіграють суттєвий вплив і на ефективність, і на конкурентоспроможність підприємства, проте не в рамках товарної, а, на наш погляд, – маркетингової складової.

По-друге, наявна специфіка й у організації торгово-технологічного процесу. Якщо у промисловому секторі планування і організація технологічного процесу найбільш трудо- та інвестиційно місткий процес, то в роздрібній торгівлі це дещо простіше завдання. Втім, головне в іншому.

Якщо конкурентними перевагами виробничих комплексів є швидкість протікання технологічних процесів з мінімальними втратами та своєчасним виготовленням якісної продукції, то в роздрібній торгівлі ключовими вимогами, що ставляться до торгово-технологічного процесу, є ритмічність продажу товарів, раціональність їх викладки у торговій залі та максимальний товарооборот з торгової площі, оперативність проходження покупців та розрахунково-касового обслуговування, мінімізація часових витрат на їх обслуговування, надання широкого діапазону додаткових послуг, ін.

Доволі суттєвою слід визнати й диференціацію у конкурентній політиці підприємств. Йдеться про те, що у виробничій сфері для перемоги над конкурентами увага більшою мірою звертається на якість та ціну продукції, організацію системи її просування на ринок та збуту. В роздрібній торгівлі дещо по іншому. Передусім більш гострою є конкуренція між підприємствами одного виду та формату торгівлі. Крім того, головні акценти в конкурентній боротьбі робляться на місце розташування торговельних площ, швидкість та якість обслуговування покупців, задоволеність їх потреб в асортименті товарів та рівні цін. Тобто концентрація уваги в процесі конкурентної боротьби зміщується з конкурентів на покупців.

Конкуренція є категорією маркетинговою. Відтак, якщо звернути увагу на комплекс маркетингу, то значними особливостями характеризуються такі параметри конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, як ринок продажу товарів, ціна, процеси стимулювання продажу товарів тощо.

До прикладу, в умовах ринкових відносин та належного соціально-економічного розвитку держави, як правило, про товародефіцитну ситуацію не йдеться та пропозиція або перевищує або принаймні задовольняє попит. За таких умов підприємства сфери послуг та виробничого комплексу мають змогу створювати принципово нові товари, формуючи таких чином нові ринкові сегменти

та перемагаючи конкурентів за рахунок товарної диверсифікації.

Підприємства роздрібної торгівлі в таких можливостях обмежені. Відтак, їх конкурентні переваги можуть формуватися більшою мірою за рахунок надання додаткових та суміжних з торгівлею послуг, диверсифікації процесів продажу товарів, реалізації практик міжгалузевого співробітництва.

Зазначимо, що ціна товарів (послуг) у всіх видах економічної діяльності є одним з найбільш значущих чинників конкурентоспроможності підприємства. Втім, якщо у виробників у поєднанні з якістю це ключова характеристика, то в роздрібній торгівлі не так. Тут можна досягнути найбільшого успіху (щодо прибутковості господарювання) не за рахунок ціни, а більшою мірою – шляхом максимізації товарообороту та оптимізації трансакційних і витрат обігу.

Відносно стимулювання збуту, то, на нашу думку, особливість конкурентоспроможності підприємств виробничого сектору в тому, що їх фінансові ресурси у цьому аспекті головним чином спрямовуються на підтримку посередницької ланки – торгових агентів, дистриб'юторів, постачальницьких мереж тощо. Натомість в роздрібній торгівлі більш важливо стимулювати збутовий персонал та реалізувати різного роду маркетингові програми, спрямовані на заохочення покупців до здійснення повторної закупівлі чи збільшення їх обсягів.

Критерії конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі певною мірою варіюються й у залежності від її формату (табл.1.3).

Так, по мірі збільшення розмірів об'єктів торгівлі значно розширюються як завдання, так і складові їх конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність дрібних магазинів «біля дому» майже повністю обмежується зручним місцем розташування, наявністю найбільш необхідних товарів щоденного вжитку та виконанням таким чином певних соціальних функцій та рівнем цін. Такі об'єкти, як правило, не потребують реклами чи значної маркетингової підтримки, їх життєздатність визначається необхідною матеріально-технічною базою, наявністю коштів для фінансування діяльності, персоналу.

Позаяк роль управління конкурентоспроможністю у більших об'єктах торгівлі зростає в рази, розширюється й доцільність врахування практично усіх її напрямів – маркетингового, матеріально-технічного, фінансово-інвестиційного, інтелектуально-кадрового, інноваційного, логістичного та часто соціального.

Додамо, що попри ідентифікацію сутнісних характеристик, важливо визначитися з методичними основами її управління та забезпечення. Зокрема, на наш погляд, управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства є процесом довгостроковим та має здійснюватися в узгодженні з відповідною стратегією, а також коригуватися під час складання щорічних тактичних планів розвитку. Очевидно, що стратегія управління конкурентоспроможністю роздрібного торговельного підприємства є підстратегією (підсистемою) його загальної (корпоративної) стратегії, яка посідає окреме місце у системі стратегічного планування розвитку, а положення таких функціональних стратегій, як маркетингу, фінансів, інновацій, інвестицій, НДКР та ін. мають узгоджуватися з досягненням цільових

Акценти конкурентних переваг підприємств за форматами роздрібної торгівлі

Формати торгівлі	Особливості конкурентоспроможності	Головні складові конкурентоспроможності
Магазин «біля дому»	Вузькоспеціалізований асортимент найбільш необхідних для споживача товарів за прийнятними цінами	Матеріальна, фінансова, кадрова, соціальна
Міні-маркет	Висока швидкість та якість обслуговування покупців при оптимальному асортименті товарів	Маркетингова, фінансово-інвестиційна, інтелектуально-кадрова, інноваційна, соціальна
Універмаг	Універсальність асортименту товарів переважно продовольчої групи або непродовольчих товарів повсякденного вжитку	Маркетингова, матеріально-технічна, інтелектуально-кадрова
Магазини «низьких цін» (дискаунтер)	Широка мережа магазинів з вузьким асортиментом та низькими цінами	Маркетингова, матеріально-технічна, інвестиційна, кадрова, логістична, соціальна
Супермаркет	Широкий асортимент товарів, великі площі та зручність в обслуговуванні покупців; налагодження виробництва або продажу товарів під власною торговою маркою	Інноваційна, матеріально-технічна, фінансово-інвестиційна, інтелектуально-кадрова, соціальна
Гіпермаркет	Вигідне розташування поблизу транспортних розв'язок; широкий асортимент та номенклатура товарів і різних видів послуг	Інноваційна, матеріально-технічна, фінансово-інвестиційна, логістична, соціальна
Кеш-енд-кері	Зорієнтованість на обслуговування оптових та дрібнооптових покупців	Інноваційна, матеріально-технічна, фінансово-інвестиційна, логістична

орієнтирів та завдань зміцнення конкурентних позицій, як от визначення та забезпечення напрямів конкурентних переваг, пошук шляхів їх підсилення та реалізації тощо.

1.3. Взаємозв'язок фінансово-економічного стану і конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

Фінансово-економічний стан кожного суб'єкта господарювання значною мірою визначає параметри його конкурентоспроможності. Звичайно, що в короткостроковій перспективі можна бути успішним на ринку навіть за незадовільних фінансово-економічних результатів господарювання. Але, беззаперечно, що це тимчасове та скоріше виняткове явище.

Простежуються прямі взаємозв'язки поміж міцністю фінансово-економічного стану та усіма компонентами конкурентоспроможності підприємств торгівлі. Наявність фінансових ресурсів дозволяє формувати бюджети і реалізовувати заходи маркетингового характеру, спрямовані на покращення становища на ринку та завоювання нових покупців; накопичення чистого прибутку є передумовою фондів інвестування розвитку матеріально-технічної бази торгівлі та розширення роздрібної торговельної мережі; хороший фінансовий стан – чинник стійкості, платоспроможності та, відповідно, фінансової конкурентоспроможності; ефективні підприємства, як правило, посідають провідні позиції щодо рівня оплати та мотивації праці, а це основа формування і реалізації інтелектуально-кадрового потенціалу; доходи є джерелом фінансування витрат, у тому числі інноваційної діяльності, відтак, їх збільшення покращує можливості підприємств до пошуку нових інноваційних рішень; при зміцненні фінансово-економічного стану зростає спроможність суб'єктів господарювання відносно фінансування соціальної діяльності, розвитку систем товаропросування, логістики тощо.

Втім, для ідентифікації більш системних взаємозв'язків аналізованих категорій визначимось із сутнісними характеристиками поняття «фінансово-економічний стан».

Як зазначає В. Москаленко «... це одна з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємства, що відображає рівень його забезпеченості необхідним для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями обсягом фінансових ресурсів» [134,с.180-191]. Тобто у визначенні превалює аспект забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами.

Значно ширше, а саме – як «... результат виробничо-господарської діяльності підприємства, що характеризується системою показників наявності, розміщення та використання фінансових ресурсів підприємства і ефективності господарської діяльності» трактує фінансово-економічний стан суб'єктів господарювання Л. Пельтек [140,с.5-6]. Тут об'єктом виступає вже не лише забезпеченість підприємства фінансовими ресурсами, але й структура капіталу, а також ефективність його використання, що, звичайно, ширше, правомірніше та передбачає включення до аналізу ряду важливих фінансово-економічних показників.

Такої ж думки дотримується В. Подольська, додаючи, що це не просто результат діяльності, певний «зріз» фінансово-економічного стану підприємства, а це комплексна характеристика – результат взаємодії усіх елементів системи фінансово-економічних відносин підприємства, сукупність виробничо-господарських

факторів, система показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [142,с.26]. Відтак, робити висновок відносно фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання лише за окремими показниками буде неправомірно. Потрібно проаналізувати їх у комплексі та зробити системний висновок. Звідси й підсилення актуальності ролі фінансово-економічного стану в структурі конкурентоспроможності торговельного підприємства.

На нашу думку, доволі вдало узагальнили підходи до трактування фінансово-економічного стану в науковій літературі О. Яришко, О. Левченко та А. Похиленко Як «... комплексне поняття, що відображає якісну сторону фінансово-економічної діяльності підприємства та є результатом реалізації всіх елементів його зовнішніх і внутрішніх фінансово-економічних відносин; його складовими напрямками є: (1) показники майнового стану, (2) показники ліквідності, (3) показники платоспроможності, (4) показники ділової активності, (5) показники рентабельності [189,с.34].

Втім, ми вважаємо, що подане трактування треба дещо уточнити. По-перше, перелік груп показників фінансово-економічного стану доцільно доповнити показниками фінансової стійкості. По-друге, у групі показників рентабельності автори пропонують розраховувати лише коефіцієнти рентабельності капіталу. Натомість вважаємо, що тут, як і в інших групах показників, правомірно включати усі параметри ефективності, адже головною у словосполученні «фінансово-економічний» є економічна складова, а фінансова – лише уточнює, що розглядається економічна ефективність у фінансовій сфері. Тому є підстави при оцінюванні фінансово-економічного стану враховувати й показники рентабельності доходу, основних засобів, оборотного капіталу тощо.

Отже, фінансово-економічний стан виступає основою та передумовою конкурентних позицій підприємств роздрібної торгівлі. Щоб довести цю тезу потрібно розглянути методологію управління конкурентоспроможністю на мікрорівні.

Як стверджує О. Ковтун, механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства є сукупністю методів (способів), форм, засобів та заходів покращення його конкурентних переваг серед споріднених конкурентів у певному галузево-ринковому сегменті на основі реалізації (дотримання) обраного типу конкурентної стратегії (мінімізації витрат, диференціації або оптимізації витрат) як на рівні окремих функціональних ланок ланцюжка вартості підприємства, так і на рівні бізнесу загалом [85,с.96-97].

На перевагах стратегічного управління при забезпеченні конкурентоспроможності підприємства наголошує й Б. Мізюк – «...важливим етапом в процесі зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання виступає визначення їх перспектив у кожному з обраних стратегічних зон господарювання, а перспективи підприємства визначає його конкурентний статус» [128,с.190-191]. Більше того, в процесі ідентифікації факторів впливу на ефективність реалізації стратегії конкурентоспроможності науковець виділяє таку групу, як управління фінансово-економічним станом підприємства, куди відносить виконання функцій контролю, розподіл фінансових ресурсів, можливість отримання кредиту (залучення фінансових ресурсів), сплату податків, стан оперування готівкою, капіталовкладення, врахування інфляції, аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання.

Визнаючи роль, значення та важливість розробки і реалізації конкурентної стратегії, зауважимо, що її типи в роздрібній торгівлі об'єктивно мають свої особливості. До прикладу, управління витратами тут не відіграє такої ролі, як у виробничій сфері. Але, на жаль, у багатьох дослідженнях з проблем конкурентоспроможності в торгівлі увага на це особливо не звертається. Так у праці [65,с.177] для зміцнення конкурентних позицій торговельного підприємства науковці пропонують чотири типи стратегії: лідерства за витратами, широкої диференціації, оптимальних витрат, цільового ринкового сегменту, не усвідомлюючи того, що перша та третя абсолютно не характерні для торгівлі, де значно більший вплив на обсяги товарообороту справляють чинники асортименту та якості обслуговування покупців.

Очевидно, обґрунтування конкурентних стратегій підприємств роздрібною торгівлі ще далеко не розроблена та не досліджена проблематика. Зокрема, перспективним виглядає визначення конкурентних стратегій, наприклад, залежно від позиціонування підприємства на ринку та його фінансово-економічних можливостей.

Науковці також обґрунтовують поняття та складові механізму забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства, що є, на їх думку, відображенням системно-цільового методу у формі моделі визначення та управління ключовими факторами успіху, розробки відповідних заходів досягнення стратегічних цілей, зокрема максимізації рентабельності та прибутку, мінімізації витрат [65,с.54-55]. Тобто під механізмом розуміється сукупність цілей, які підприємство має досягнути за кожною з структурних складових конкурентоспроможності торговельного підприємства, що, на наш погляд, дещо вузько. Недостатньо обґрунтованою залишається й головна мета механізму, оскільки не враховує таких не менш важливих стратегічних цілей, як збільшення товарообороту та ринкової частки, охоплення цільових ринкових сегментів та частки покупців, капіталізація і зростання ринкової вартості бізнес-одиниці та ін.

Відтак, значно більшої уваги заслуговують результати досліджень Є. Смірнова. По-перше, науковець визначає рівні реалізації конкурентного потенціалу торговельного підприємства, зазначаючи, що на найнижчому – функціональному рівні – необхідно створити умови для створення стійкого фінансово-економічного стану підприємства; на другому – підприємницькому – підсилити конкурентні переваги, а на третьому – стратегічному – сформулювати та досягнути стратегічну конкурентну позицію та визначитися з новими формами подальших конкурентних переваг [147,с.275]. Науковець пропонує включати у механізм формування та розвитку конкурентних переваг торговельного підприємства такі елементи, як етапи життєвого циклу конкурентних переваг, підходи та джерела їх формування, фактори оперативної та стратегічної конкурентостійкості, заходи розвитку і посилення конкурентних переваг [147,с.283].

Вважаючи охарактеризовані положення достатньо важливим науково-методичним доробком щодо проблем конкурентоспроможності в торгівлі, додамо, що у поняття механізму управління конкурентоспроможністю роздрібного торговельного підприємства потрібно включати ще й такі характеристики, як система

та її елементи, суб'єкти і об'єкти управління, функції, підходи та принципи. Слід пам'ятати й про те, що існують різні види та типи механізмів, як от – організаційні, економічні, структурні, організації управління, технічні і адміністративні, інформаційні та ін.

Відтак, під механізмом управління конкурентоспроможністю підприємства роздрібною торгівлі, на нашу думку, потрібно розуміти невід'ємний елемент системи конкурентоспроможності підприємства, який базується на завданнях і принципах, передбачає системну сукупність методів, інструментів та конкретних заходів реалізації політики забезпечення планового рівня конкурентоспроможності як в поточному, так і стратегічному періоді.

Не вдаючись до детальної характеристики складових елементів механізму, представимо на рис. 1.6 концептуальне місце та роль фінансово-економічного стану в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі

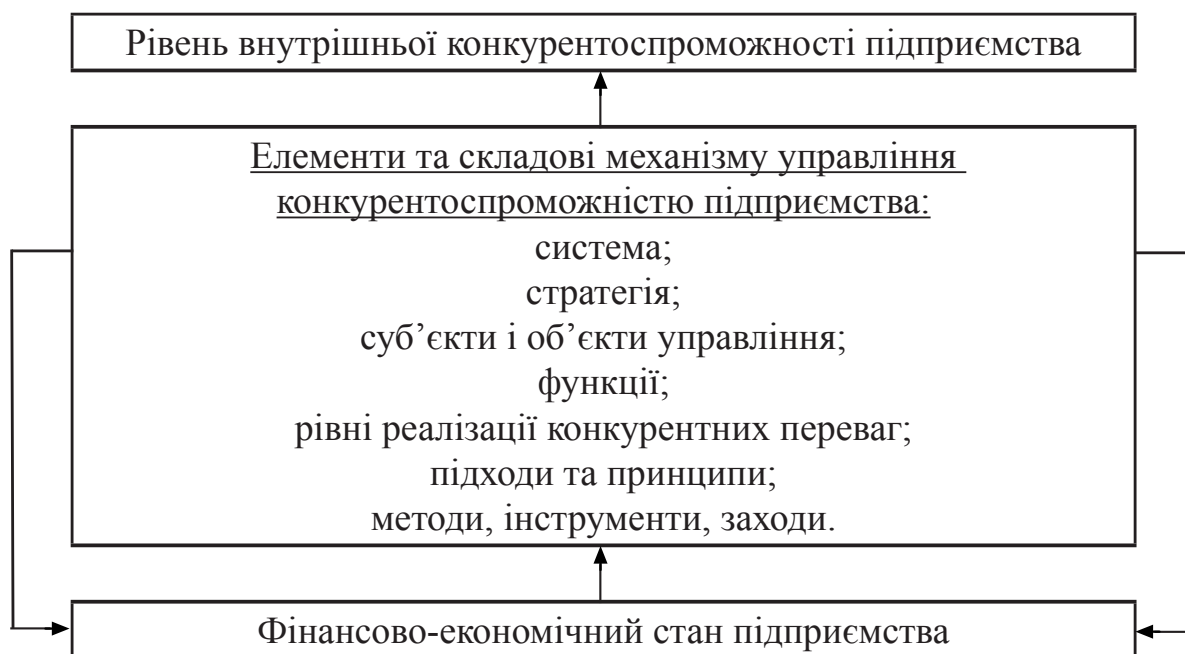


Рис. 1.6. Місце фінансово-економічного стану в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі

Відомо, що на фінансово-економічний стан, а через нього і на параметри конкурентоспроможності підприємства впливає середовище його функціонування. Від нього залежать чинники конкурентних позицій, які виникають. Розрізняють внутрішнє середовище функціонування, яке залежить від діяльності суб'єктів господарювання і зовнішнє, яке не залежить від діяльності підприємств (рис. 1.7).

До зовнішніх факторів впливу на фінансово-економічний стан підприємств роздрібною торгівлі віднесемо: ринкові – споживчі властивості товарів, можливості конкурентів, життєвий цикл продукції; економічні – купівельна спроможність населення, стабільність національної валюти, доступність до кредитних ресурсів, залучення іноземних інвестицій, зменшення податкових ставок, збільшення пільг, рівень відсотків за користування позиками, експортно-імпортна політика; правові – організаційно-правові форми діяльності, правові основи комерційної господарської діяльності, валютне та митне регулювання; техніко-технологічні –

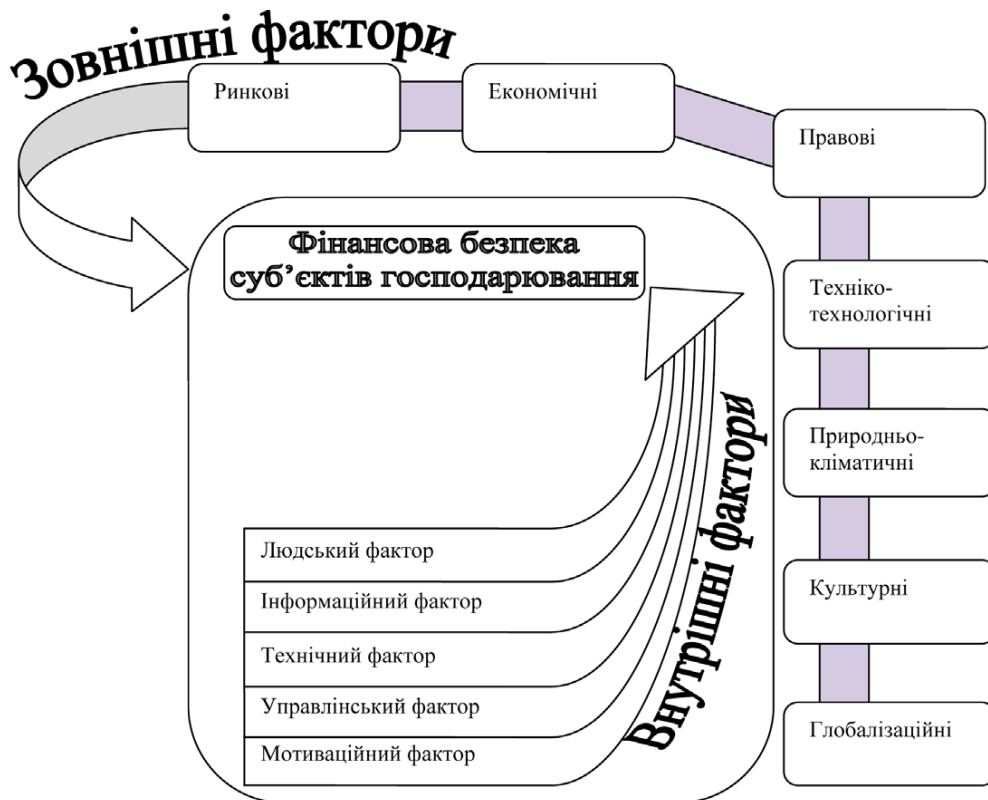


Рис. 1.7. Фактори впливу на фінансово-економічний стан та конкурентоспроможність підприємств роздрібної торгівлі

впровадження нових торгово-технологічних процесів, інноваційні можливості, постійні вкладення в науково-технічний розвиток; природно-кліматичні – кліматичні умови, можливості транспортування та забезпечення зв'язку, розміщення щодо каналів зовнішньоекономічних операцій; культурні – національні та культурні цінності, духовна свідомість споживачів, національні традиції; глобалізаційні – рівень інтеграції, вплив міжнародних організацій, вхід на ринок нових роздрібних торговельних мереж, залежність від світового ринку, зростання циклічності фінансових криз.

Внутрішніми факторами впливу на фінансово-економічний стан підприємств роздрібної торгівлі здебільшого є такі, як: людський фактор – рівень правильного виконання завдань, періодичність помилковості, некомпетентності, творчих можливостей особистостей та лідерських якостей, досвіду роботи, типу характеру; інформаційний фактор – вміння синтезувати та аналізувати інформацію, здійснювати пошук нової інформації, застосовувати знання, користуватися комп'ютерною технікою та інформаційними технологіями; технічний фактор – стан матеріально-технічної бази, модернізації старого устаткування, вміння користуватися сучасними основними засобами та ефективно використовувати складські і торгові площі; управлінський фактор – правильність вибору управлінських рішень, застосування новітніх методів управління, досягнення стратегій управління; мотиваційний фактор – бажання працівників, більше заробляти, досягти певного кар'єрного успіху, отримувати бонуси, премії.

В умовах невизначеності виникають постійні зміни оточуючого середовища, зміна попиту і пропозиції, конкуренція між роздрібними торговельними підприємствами, коливання цін тощо. Ці фактори впливають на стратегію і тактику



Рис. 1.8. Взаємозв'язки фінансово-економічного стану та конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі

розвитку суб'єктів господарювання в торгівлі, їх фінансово-економічний стан та передумови конкурентоспроможності.

Для підтримання позицій на внутрішньому споживчому ринку, суб'єкти господарювання постійно повинні діагностувати стан внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінювати рівень економічної ефективності, фінансової стійкості та планувати рівень поточної і перспективної конкурентоспроможності. Типологія факторів впливу дає можливість виявити ризики і загрози, які виникають із зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування, вчасно та ефективно на них реагувати, що в свою чергу позитивно позначатиметься на конкурентних перевагах роздрібних торговельних підприємств.

У будь-якому випадку вплив фінансово-економічного стану на конкурентоспроможність підприємств роздрібної торгівлі реалізується через її структурні складові (рис. 1.8).

В загальному показники рентабельності характеризують рівень чистого прибутку підприємства до таких показників, як обсяги доходу та активів, витрати, власний капітал та його структурні складові. Відтак, при підвищенні рівня рен-

табельності збільшується сума чистого прибутку суб'єкта господарювання, що може спрямовуватися фінансування маркетингових, соціальних, інноваційних та інвестиційних програм. Більше того, вища прибутковість підвищує кредитну та інвестиційну привабливість підприємства, що є передумовою легшого залучення позикових засобів із їх подальшим спрямуванням на фінансування поточної господарської діяльності, розвиток матеріально-технічної та логістичної бази.

До показників майнового стану відносяться коефіцієнт зносу основних засобів, мобільність активів, частка обігових виробничих активів, ін.

Вони характеризують стан, динаміку та ефективність використання матеріально-технічної бази та технологій, що використовуються підприємствами торгівлі. Відтак, підвищення цих показників позитивно впливає на зміцнення матеріально-технічної та логістичної складових їх конкурентоспроможності включно з розвитком систем складування, логістики та транспортування товарів.

До переліку найбільш значущих ризиків та загроз не лише конкурентоспроможності, але й функціонування підприємств торгівлі у сучасний посткризовий період відносяться надмірне затоварювання та зростання кредиторської заборгованості, збільшення витрато місткості товарообороту. Це негативно позначається на показниках фінансової стійкості (передусім співвідношення власного та залученого капіталу), ліквідності та платоспроможності (тобто здатності своєчасного розраховуватися за короткостроковими зобов'язаннями), значно ускладнює стабільне фінансування поточної та інвестиційної діяльності. Саме тому важливо керівництву підприємств здійснювати постійний моніторинг вказаних параметрів фінансово-економічного стану і не допускати їх критичного погіршення, адже наслідком цього стане зниження конкурентоспроможності.

Як вже зазначалося, торгівля відноситься до тих видів економічної діяльності, де не настільки важливо реалізувати вигідну (з огляду на рівень маржинального прибутку) операцію, як забезпечити стабільний продаж товарів з прийнятною торговельною надбавкою. Втім, при цьому чи не найголовнішим чинником прибутковості стає пришвидшення товарооборотності. Тоді при збереженні поточного обсягу оборотного капіталу (тобто без додаткових інвестицій) підприємство може отримати більшу суму доходу та прибутку, а отже – вищу економічну ефективність господарювання. Це позитивно позначається й на продуктивності праці – важливої умови підвищення рівня оплати праці, розширення систем мотивації та заохочення праці, професійно-кваліфікаційного розвитку персоналу.

З огляду на вищенаведене, констатуємо, що забезпеченню належного фінансово-економічного стану відводиться дуже важливе місце у політиці забезпечення конкурентоспроможності кожного роздрібного торговельного підприємства. Відтак, в сучасних умовах актуалізується потреба в використанні засобів та підвищенні ефективності управління фінансово-економічним станом підприємств роздрібної торгівлі. Більше того, у складний посткризовий період можуть застосовуватися різні антикризові засоби і механізми.

Дієвим чинником в умовах обмеженості господарських та фінансових ресурсів є застосування пов'язаних між собою наук і наукових можливостей, тобто отримання т. зв. ефекту синергії. Синергізм виступає як концепція додаткових

можливостей гарантування належного фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання, а саме:

- синергетика володіє великими можливостями застосування різних інструментів, їх трансформації та інтеграції з інформаційними потоками, які дають додаткові можливості [46];

- значна частина наукових досягнень мають в своїй основі поєднання різних наукових дисциплін та ідей з різних наукових областей, синергетика дає можливість використовувати поєднання різних підходів у забезпеченні належного фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання [46];

- кожен суб'єкт господарювання має свій певний життєвий цикл, за допомогою синергетики можна володіти далекоглядними та гнучкими інструментами покращення фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання на всіх етапах життєвого циклу з урахуванням ризиків і загроз, які виникають [46];

- нелінійний розвиток фінансово-економічної сфери вимагає для формування хорошого фінансово-економічного стану використання інструментів та методів синергетики [46];

- сумарні зусилля дають більший ефект ніж поодинокі зусилля окремих одиниць [132].

Антикризовий менеджмент, як метод ефективного управління фінансово-економічним станом роздрібних торговельних підприємств, полягає в управлінні, яке може попередити та вчасно зреагувати на ризики і загрози конкурентного статусу, застосовувати швидкі фінансово-економічні заходи вирішення проблем, утримувати функціонування господарських систем в режимі виживання в період кризи, забезпечуючи вихід з кризи з мінімальними втратами для фінансово-господарської діяльності.

Стратегічний менеджмент є видом управління організацією суб'єктів господарювання, який базується на людському потенціалі як основі організації, орієнтує торговельну діяльність на запити ринку, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни, що відповідають змінам навколишнього оточення і дозволяють отримати конкурентні переваги, що в сукупності допомагає суб'єктам господарювання розвиватися і досягти мети в довготерміновій перспективі [129,с.16-17].

У процесі аналізу й дослідження негативних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища необхідно визначити зв'язок між факторами, що виникають з одного боку, і станом роздрібного торговельного підприємства на момент насування кризової ситуації з іншого. Це досягається за рахунок ефективного використання методів та моделей фінансового менеджменту, який передбачає використання критеріїв фінансового аналізу, прогнозування та планування діяльності, оцінювання стану діяльності для прийняття управлінських рішень [133].

Основним завданням методів управління фінансово-економічним станом підприємств роздрібної торгівлі полягає в тому, що необхідно першочергово вирішити сферу застосування кожного методу в певній кризовій ситуації, правильно розподілити ресурси в залежності від пріоритетності вирішення проблем і найефективніше їх використати [186].

Антикризовий менеджмент дає можливість попередити т. зв. кризи конкурентоспроможності, які виникають, та вчасно на них реагувати, знайти дієві

механізми протидії. Фінансовий менеджмент характеризує ефективність використання фінансових та економічних ресурсів в залежності від пріоритетності вирішення задач.

Стан ресурсної забезпеченості підприємства на певний момент часу дає можливість виявити ризики, які наближаються, побачити сильні і слабкі конкурентні позиції. Поєднання зазначених аспектів у комплексі формує синергетичні ефекти управління фінансово-економічним станом підприємства (рис. 1.9).

Функціональні аспекти фінансово-економічного стану підприємств роздрібної торгівлі полягають в тому, що при аналізі фінансово-економічного стану, ефективності антикризового і стратегічного менеджменту можна побудувати ефективну систему взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих методів забезпечення належної фінансово-економічної ефективності підприємств в умовах постійного ризику погіршення конкурентного що зовнішнього, що внутрішнього середовища.

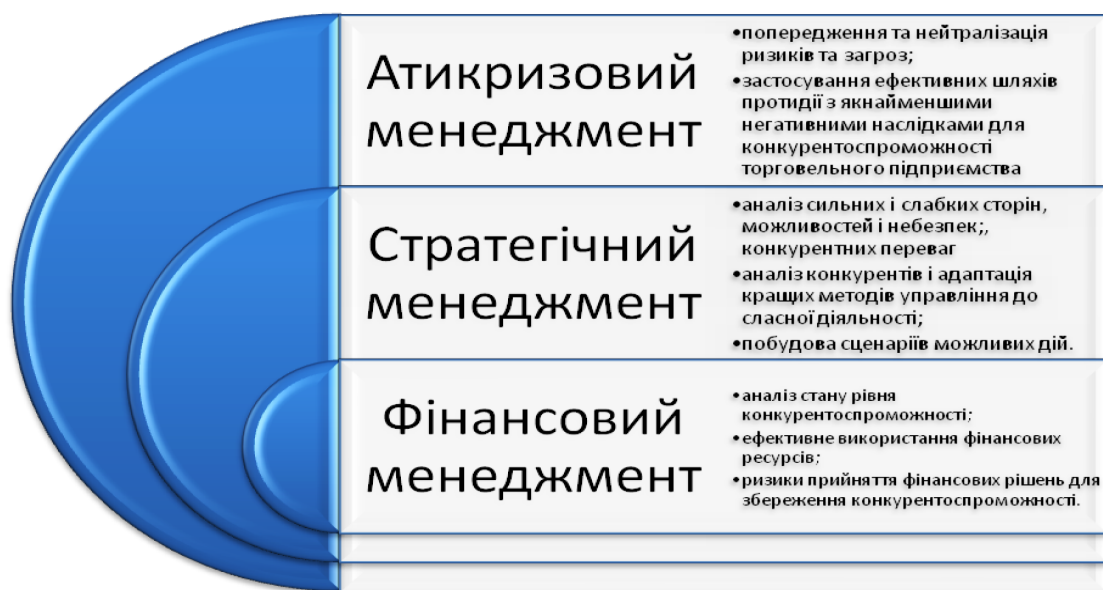


Рис. 1.9. Властивості методів управління фінансовим станом роздрібно торговельного підприємства

Поява економічних криз змусила науковців шукати причини їх виникнення та методи нейтралізації, таким методом є антикризовий менеджмент або антикризове управління. Так, у дослідженні В. Василенко [20] наводиться періодичність появи економічних криз, характеризуються суперечливі точки зору на причини появи криз.

Багато науковців досліджували циклічність появи криз. Так, К. Маркс причиною появи економічних криз бачив в самій природі капіталізму, Ф. Хайек причиною криз називав зайве фінансування з боку держави (дешеві кредити), Й. Шумпетер, Е. Хансен циклічність криз вбачали в появі нововведень [179,185]. Погляди різних науковців у сфері економічних циклів на причини виникнення і циклічності фінансових криз змінювали відповідно до змін у сферах життя і діяльності суспільства.

В. Василенко, опираючись на дослідження [21], виділяє три етапи зміни поглядів на економічні цикли. Перший етап (початок XVIII ст. до середини 30-х років XX ст.) розвивалась економічна думка, що економічні кризи при капіталізмі

взагалі неможливі, або є випадковими. Другий етап припадає на середину 30-х до середини 60-х років ХХ ст. Д. Кейнс заявив, що кризи неминучі при капіталістичному управлінні, ринок якого має прояви монополізму і об'єднується із державним регулюванням, за рахунок чого ціни і заробітна плата є негнучкими. Третій етап починається із середини 60-х років ХХ ст. дотепер. На цьому етапі стала приділятися значна увага впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на циклічність криз, а особливо зовнішніх під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів світової економіки в умовах техноглобалізму [20].

Вченими різних напрямів пропонуються такі різновиди циклів: короткі 3-5 років; цикли Дж. Кітчіна [191], які залежать від відносної величини товарно-матеріальних цінностей суб'єктів господарювання; цикли К. Жюгляра [190] з періодичністю появи 6-8 років залежать від змін в грошово-кредитній сфері; інтерцикли Е. Лабруса з періодичністю появи у 10-12 років; довгі цикли Н. Кондратьєва [87], що тривають 40-60 років і їх провокують структурні перебудови суспільного виробництва [11].

Знаючи циклічність появи певних економічних криз, керівники роздрібних торговельних підприємств можуть їх наперед прогнозувати і скласти певний план дій на майбутнє, застосувавши методи антикризового менеджменту для їх нейтралізації і попередження.

Додамо, що Ю. Бріхгем, І. Бланк та Л. Павлова [17, 11, 137] виділяють чотири етапи розвитку фінансового менеджменту: перший етап відбувся у 50-60 рр. ХІХ ст.; другий – наприкінці ХІХ-початку ХХ ст.; третій – у 30-ті роки ХХ ст.; четвертий – у 60-ті роки ХХ ст.

Так, сучасний четвертий етап розвитку фінансового менеджменту розвивається під впливом глобалізаційних процесів, бурхливого розвитку економічної науки, появи нових фінансових інститутів (таких як фондовий ринок), адаптації існуючих методів звітності, розрахунків, планування та контролю, появи транснаціональних компаній, роль яких на фінансовому ринку зростає, застосування комплексних наукових методів управління фінансово-економічним станом в період поєднання кризи та істотного загострення конкуренції на внутрішньому споживчому ринку, зростання проблем і необхідності їх вирішення, для подальшого виживання [186].

Саме тому суб'єкти господарювання у роздрібній торгівлі володіючи сформованими методами управління фінансово-економічним станом на різних етапах розвитку можуть застосовувати і адаптувати їх до своєї діяльності, попередити ускладнення зовнішнього та внутрішнього конкурентного середовища, не допустити банкрутства в умовах зростання циклічності фінансово-економічних криз, використовуючи комплексні методи управління для прийняття рішень.

Розвиток сучасного стратегічного менеджменту значною мірою стосується розробки підходів до оптимальної адаптації підприємств, їх внутрішнього середовища до динамічності зміни зовнішнього конкурентного середовища. Ресурсна концепція наголошує на тому, що успішна концепція не полягає в тому, щоб знищити конкурента будь-якою ціною в ринковій конкуренції, а стосується створення власних унікальних ресурсів, які і стануть гарантією довгострокового успіху.

Процеси глобалізації та технологічних змін, важкого конкурентного середовища ускладнюють вирішення завдань, що стоять перед керівниками вітчизняних роздрібних торговельних підприємств в умовах динамічних змін конкурентного та інституціонального середовища. Саме в таких умовах слід застосовувати концепцію динамічних можливостей підприємства із фокусуванням на випереджаючому створенні та розвитку виняткових ресурсів і можливостей.

Відповідно, елементи антикризового, фінансово-економічного та стратегічного менеджменту доцільно використовувати для покращення фінансово-економічного стану як умови конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі. Це стосується й зародження нового знання і нових методів, їх випробування за для забезпечення стабільності функціонування в період кризи, появи нових гострих викликів конкуренції.

Перелік факторів техноглобалізму, які чинять вплив на фінансово-економічний стан підприємств роздрібною торгівлі, представимо на рис. 1.10.

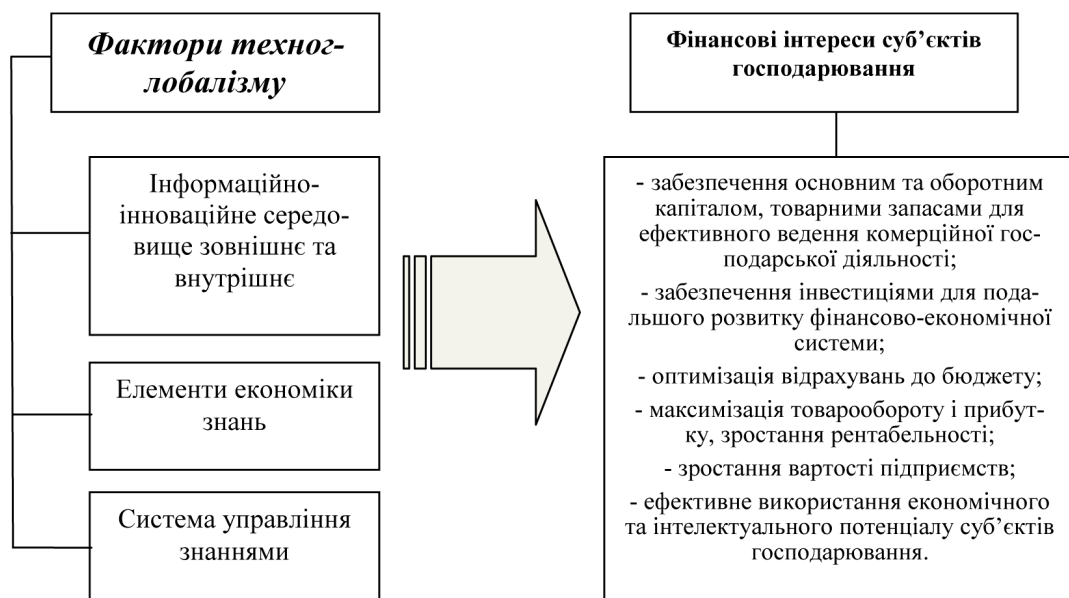


Рис. 1.10. Типологія факторів техноглобалізму, які впливають на фінансово-економічний стан та інтереси конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

Відтак, для забезпечення високого фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання необхідно визначити взаємозв'язок та систематизувати фактори впливу на нього. Ідентифікація факторів дозволяє завчасно розпізнавати ризики і загрози, труднощі конкуренції, які виникають із зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування, скласти наперед план дій та мати ефективні механізми протидії конкурентам.

Водночас вважаємо, що реалізація цієї стратегії в умовах техноглобалізму можлива лише за рахунок використання інтелектуального потенціалу підприємств торгівлі на основі інформаційно-інноваційного середовища, елементів економіки знань та системи управління знаннями.

В умовах техноглобалізму, переходу суспільства до економіки знань дія об'єктивних і суб'єктивних факторів впливу на фінансово-економічний стан та

конкурентоспроможність підприємств роздрібно́ї торгівлі має комплексний та взаємопов'язаний характер. Перед суб'єктами господарювання постає завдання своєчасно виявити вплив небажаних факторів на їх фінансово-економічний стан з метою своєчасного їх попередження та нейтралізації. Для цього необхідно визначити суть, види та ідентифікацію ризиків, загроз та фінансово-економічних інтересів підприємств торгівлі із врахуванням факторів техноглобалізму. Ці знання допоможуть суб'єктам господарювання значно зміцнити власні конкурентні позиції на ринку.

Висновки до розділу 1

1. Реалізація головної мети функціонування підприємств роздрібно́ї торгівлі потребує формування і використання фінансово-економічного механізму їх стійкої та динамічної конкурентоспроможності як здатності перемогати у конкурентній боротьбі на засадах ресурсного та інтелектуально-кадрового забезпечення, ефективного його використання та належної економічної ефективності, фінансової стійкості і ліквідності, інвестування коштів у розвиток, покращання ринкового становища.

2. Діяльність підприємств роздрібно́ї має особливості, що значною мірою визначають характеристики фінансово-економічного механізму забезпечення їх конкурентоспроможності. Це залежність до зміни умов зовнішнього середовища, соціальних та політичних чинників, державного регулювання та системи постачання товарів; значна частка оборотних активів та залученого капіталу; високий рівень трансакційних та витрат обігу; необхідність ритмічності продажу товарів; широкий діапазон організаційних форм та підходів до діяльності; ув'язка асортиментної та цінової політики з якістю обслуговування покупців; істотна соціальна роль; залежність від купівельної спроможності населення, товарної спеціалізації та міжгалузевої співпраці; мережевий тип розвитку та інвестування у бізнес-процеси; необхідність позиціонування торгово-технологічного процесу поміж сфер виробництва та споживання, ринкової та торговельної інфраструктури. Зазначені особливості визначаються та взаємообумовлюються з завданнями і роллю у функціональній та організаційній структурі цього виду економічної діяльності.

3. Конкурентоспроможність роздрібного торговельного підприємства є системною комплексною характеристикою його здатності у коротко та довгостроковій перспективі перемогати у конкурентній боротьбі з прямими та опосередкованими конкурентами за споживачів та їх купівельні фонди, цільові ринкові сегменти, фінансове, матеріально-технічне та інтелектуально-кадрове забезпечення, інвестиційно-інноваційний потенціал розвитку, обсяги співробітництва з виробничим та логістично-постачальницьким сектором, масштаби соціальної відповідальності на споживчому ринку. При оцінюванні її рівня та формуванні політики забезпечення необхідно враховувати напрями та критерії конкурентоспроможності за такими класифікаційними ознаками, як функціональні напрями та головні характеристики конкурентоспроможності, функції управління в системі забезпечення конкурентоспроможності, елементи ресурсного потенціалу та середовища

конкурентоспроможності, перспективні напрями розвитку та інтеграції підприємства, параметри життєздатності та конкурентоспроможність етапів бізнес-процесу. Визначено, що структурними складовими конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств є маркетингова, матеріально-технічна, фінансово-інвестиційна, інтелектуально-кадрова, інноваційна, логістична та соціальна.

4. Фінансово-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства роздрібною торгівлю є невід'ємним елементом системи його конкурентоспроможності, який базується на завданнях і принципах, передбачає системну сукупність методів, інструментів та конкретних заходів реалізації політики забезпечення планового рівня конкурентоспроможності як в поточному, так і стратегічному періоді.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Фінансово-економічні передумови конкурентних позицій підприємств роздрібною торгівлі

В сучасних умовах господарювання все більше головною умовою функціонування і розвитку, збереження стабільності підприємств роздрібною торгівлі є конкурентоспроможність. Ринкові умови господарювання вимагають від підприємств торгівлі постійного одержання доходу (як джерела фінансування поточних витрат і потреб господарської діяльності) та прибутку (як чинника внутрішнього розвитку та засобу інвестування), розвитку та удосконалення, застосування нових методів управління, швидкої адаптації до умов, що склалися. Лише таким чином можна зберегти власні позиції на ринку коли зростає конкуренція, посилюється монополізація галузі, складним залишається фінансово-економічний стан суб'єктів господарювання та обмеженою реальна купівельна спроможність населення.

Про поступову концентрацію у сфері вітчизняної роздрібною торгівлі та обумовлені цим ускладнення конкурентного середовища свідчать дані з табл. 2.1. Так, кількість підприємств роздрібною торгівлі зменшилася за період 2000-2011 рр. на 44,9 % та становила 12,9 тис. од. у 2011 р. тоді, як у 2000 р. – 23,4 тис. од. Відповідно, зменшилися за цей період частка підприємств роздрібною торгівлі в загальній кількості підприємств усіх видів економічної діяльності – з 53,1 % до 29,2 %, а також кількість об'єктів торгівлі (на 37,8 %).

Втім, за 2000-2011 рр. суттєво збільшилася торгова площа (у 2,1 рази в розрахунку на один магазина та на 37,4 % у розрахунку на 10 тис. ос. наявного населення).

Спостерігаємо й зростання капіталу, залученого в галузь. Так, сума активів за останні 12 років збільшилася у 5 разів, а власного капіталу – у 3,7 рази. При цьому рівень зносу основних засобів істотно не змінився. Отже, робимо висновок про зменшення кількості об'єктів торгівлі (через посилення конкурентної боротьби та більш раціональну організацію торгово-технологічних процесів) та покращення інвестиційно-ресурсного забезпечення. В останні роки це важливі чинники конкурентоспроможності. Відтак, малі роздрібні торговельні підприємства, зокрема ті, що здійснюють діяльність на віддалених та сільських територіях, в малих містах, отримали в цьому аспекті суттєві конкурентні недоліки.

Зауважимо, що конкуренцію у сфері вітчизняної роздрібною торгівлі підживлює значна місткість ринку та поступове зростання доходів громадян і таким чином їх купівельної спроможності. Попри зростання інфляції темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту в нашій державі є стабільно вищими. Так, роздрібний товарооборот у розрахунку на одиницю населення збільшився у 2011 р. до 2000 р. у 13,1 рази (з 585 грн до 7659 грн). При цьому зростає і роздрібний товарооборот у розрахунку на один м. кв. торгової площі (зростання за аналогічний

Таблиця 2.1

Показники ресурсної забезпеченості підприємств роздрібної торгівлі України у 2000, 2003, 2005, 2007-2011 рр. (складено за [164, с. 280-294; 126, с. 82, 104, 106])

Показники	Роки								Темпи зростання / абсолютні відхилення, %	
	2000	2003	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2011 до 2000	2011 до 2010
Кількість підприємств, тис. од.	23,4	19,4	16,2	14,7	14,5	13,5	13,2	12,9	55,1	97,7
Частка в загальній кількості підприємств, %	53,1	45,4	43,3	31,0	29,7	29,5	28,3	29,2	-23,9	+0,9
Частка в загальній кількості фізичних осіб-підприємців, %	...	...	...	68,2	65,9	64,5	62,8	63,7	...	+0,9
Кількість об'єктів торгівлі, тис. од.	103,2	83,8	75,2	71,9	69,2	65,3	64,8	64,2	62,2	99,1
Торгова площа в розрахунку на один магазин, м. кв.	90,2	105,5	114,0	143,2	160,2	168,3	175,6	186,3	2,1 р.	106,1
Забезпеченість об'єктами торгівлі на 10 тис. ос., од.	21	18	16	16	15	14	14	14	66,7	100,0
Забезпеченість торговою площею в магазинах на 10 тис. ос., м. кв.	1437	1238	1355	1616	1753	1744	1842	1975	137,4	107,2
Кількість найманих працівників, тис. ос.	434,2	466,9	491,5	510,0	531,1	508,2	512,7	528,6	121,7	103,1
Рівень зносу основних засобів, %	38,8	33,7	29,8	29,8	22,0	26,4	28,7	32,1	-6,7	+3,4
Сума активів, млрд грн	194,8	215,4	307,7	548,4	765,0	753,7	931,3	978,0	5,0 р.	105,0
Сума власного капіталу, млрд грн	29,8	33,1	44,2	85,8	66,8	73,6	91,6	111,7	3,7 р.	121,9

період становило 9,5 рази). Це ще чіткіше підтвердження якісного збільшення обсягів господарювання у галузі, оскільки збільшення товарообороту на обсяги торгової площі відбувається на фоні збільшення останньої та підвищення продуктивності праці (з 81,0 тис. грн на ос. у 2000 р. до 662,2 тис. грн на ос. у 2011 р.).

Покращуються й фінансові аспекти конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. У 2011 р. фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування у галузі становив 14,7 млрд грн, чистий прибуток – 12,0 млрд грн, а рентабельність операційної діяльності зросла до 13,8 % (на 4,0 в. п. більше, ніж у 2010 р. та на 12,8 в. п. більше, ніж у 2000 р.). Позитивно, що спостерігається і зменшення частки збиткових роздрібних торговельних підприємств (на 4,3 в. п. до 2010 р.).

Разом з тим, потрібно визнати, що фінансову та більшість інших складових конкурентоспроможності вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі на разі істотно підриває низькі фінансово-економічні ефективність та стан підприємств галузі. Це підтверджується все ще великою часткою збиткових підприємств (35,4 %), низькою діловою активністю (9,2 рази становив у 2011 р. коефіцієнт оборотності товарних запасів), незадовільними умовними середніми коефіцієнтами ліквідності та фінансової стійкості.

Відповідно, об'єктивним є висновок про все ще недостатність ресурсних та фінансово-інвестиційних передумов зміцнення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств в Україні. Це не дозволяє в належній мірі організувати і реалізувати фінансово-економічний механізм управління у цій сфері. Для підтвердження цієї гіпотези наведемо результати аналізу головних фінансово-економічних коефіцієнтів. Відомо, що найважливішими групами показників при оцінюванні фінансово-економічного стану підприємств торгівлі є показники фінансово-економічної ефективності, показники рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості, ліквідності (див. додаток Б1). Інформаційну базу аналізу зазначених показників у сфері вітчизняної роздрібної торгівлі наведено в Додатку Б.

За результатами аналізу фінансово-економічної ефективності підприємств роздрібної торгівлі України (табл. 2.3) можна зробити висновок про невисокі показники обсягів та результатів їх діяльності. Особливо негативно на ефективність як параметр конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств вплинули наслідки фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. Так, товарооборот роздрібної торгівлі мав до 2008 р. тенденцію до зростання, але у 2009 р. знизився на 15674 млн. грн.

Схожа ситуація спостерігається з операційними витратами, які до 2008 р. збільшувалися, а в кризовий період скоротилися. Обсяги операційних витрат підприємств у 2011 р. лише незначно перевищили значення цього показника у 2008 р. В структурі операційних витрат вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі найшвидшими темпами у 2005-2011 рр. зростали матеріальні витрати (7,3 рази). На нашу думку, це негативно, адже темпи зростання витрат на оплату працю в цей же період збільшилися лише у 3,7 рази. Це засвідчує підвищення витратомісткості господарювання та зменшення витрат на формування інтелектуально-кадрового

Таблиця 2.2

**Показники фінансово-економічної ефективності роздрібної торгівлі
України у 2000, 2006, 2008-2011 рр. (складено за [164])**

Показники	Роки						Темпи зростання / абсолютні від- хилення, %	
	2000	2006	2008	2009	2010	2011	2011 до 2000	2011 до 2010
Роздрібний товарооборот на одну особу населення, грн	585	2777	5338	5015	6123	7659	13,1 р.	125,1
Роздрібний товарооборот на один м. кв. торгової площі, тис. грн	4,1	19,0	30,5	28,8	33,3	38,8	9,5 р.	116,5
Роздрібний товарооборот у розрахунку на одного працівника, тис. грн/ос.	81,0	246,8	464,9	454,5	547,9	662,2	8,2 р.	120,9
Середній коефіцієнт обо- ротності товарних запасів, рази	...	...	9,6	8,6	9,0	9,2	...	102,2
Рентабельність операційної діяльності, %	1,0	12,7	-0,2	4,5	9,8	13,8	+12,8	+4,0
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, млрд грн	1,2	10,3	-28,1	8,9	14,8	14,7	12,3 р.	99,3
Чистий прибуток (збиток), млрд грн	0,8	4,9	-34,1	-13,9	7,4	12,0	15,0 р.	162,2
Частка збиткових підпри- ємств, %	36,3	30,6	36,0	37,7	39,7	35,4	-0,9	-4,3
Середній коефіцієнт за- гальної ліквідності	1,01	1,04	1,02	1,02	1,04	1,08	+0,07	+0,04
Умовний коефіцієнт авто- номії (концентрації власно- го капіталу)	0,12	0,14	0,08	0,09	0,1	0,11	-0,01	+0,01

потенціалу – одних з найважливіших чинників конкурентоспроможності на мікрорівні. На жаль, їх зміна вплинула на конкурентні позиції підприємств торгівлі негативно.

Валові капітальні інвестиції підприємств роздрібної торгівлі знизились у 2011 р. до 25,4 млрд грн, що було менше за рівень 2007-2008 рр. А це є свідченням

Таблиця 2.3

Показники обсягів та ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств України у 2005-2011 рр. (складено за [164, с. 280; 54, с. 89-106, 115, 137, 152, 156; 57, с. 93-114, 145-166])

Показники	Роки							Темпи зростання/абсолютні відхилення, %	
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011 до 2005	2011 до 2010
Обсяги товарообороту, млрд. грн.	90	124,7	171,7	238,5	222,8	271,4	338,7	у 3,76 рази	124,8
Операційні витрати, млрд. грн. у т. ч.:									
матеріальні витрати	710,8	924	1146	1408	1162	1388	15467	у 2,18 рази	у 1,11 рази
вартість товарів та послуг	5,6	7,5	11,5	14,3	21	28,9	40,9	у 7,3 рази	141,5
амортизація	658,5	856,1	1050	1283	1030,1	1227,1	1353,7	у 2,06 рази	110,3
витрати на оплату праці	2,8	3,9	5,1	6,5	8	8,5	8,8	у 3,14 рази	103,5
відрахування на соціальні заходи	8,8	12,3	16,8	22,5	20,9	24,6	32,4	у 3,68 рази	131,7
інші операційні витрати	3	4,2	6,4	7,7	6,9	8	10,1	у 3,3 рази	1,26
Валові капітальні інвестиції, млрд. грн.	32	39,9	56,1	73,9	74	90,8	100,9	у 3,16 рази	11,1
Витрати на інформатизацію, млрд. грн.	12,1	18,9	28,5	34,6	24,7	23,3	25,4	у 2,1 рази	109
Фінансові результати до оподаткування, млрд. грн.	0,4	0,6	1,1	0,9	0,8	1,1	1,4	у 3,5 рази	127,7
Чистий прибуток (збиток), млрд. грн.	9,5	10,3	16,8	- 28,1	-9	14,8	21,6	у 2,27 рази	145,9
Рентабельність операційної діяльності, %	6,1	4,9	10,8	-34,1	-13,9	7,5	12	196,7	160
Рентабельність всієї діяльності, %	14,8	12,7	13,1	-0,2	4,5	9,8	15	101	153

погіршення передумов забезпечення інвестиційного, а через нього й інноваційного складника конкурентоспроможності вітчизняних роздрібних торговельних підприємств.

До позитивного можна віднести хіба зростання витрат суб'єктів торговельного підприємництва на інформатизацію. Показник 2011 р. збільшився до 2010 р. на понад 24 %. Володіння інформацією дає можливість суб'єктам господарювання швидко адаптуватися до мінливих конкурентних умов, мати наперед план дій в тій чи іншій ситуації. Звідси можна зробити висновок, що вітчизняні роздрібні торговельні підприємства вже сьогодні усвідомлюють потребу в інформатизації та покращенні інноваційної компоненти конкурентоспроможності.

Але на разі для цього ще немає достатніх фінансових можливостей. Так, від'ємними були значення показників фінансового результату до оподаткування та чистого прибутку підприємств у 2008-2009 рр. Це негативно позначилося на передумовах щодо зміцнення конкурентних позицій суб'єктів господарювання в торгівлі.

Наслідком цього стало й те, що рентабельність загальної діяльності підприємств роздрібною торгівлі у 2011 р. становила лише 2,6 %, а у 2008-2009 рр. була від'ємною. Втім, все ж позитивно, що з 2010 р. спостерігається позитивний фінансовий результат господарювання. Це свідчить, що підприємства роздрібною торгівлі хоч і не мають стійкого фінансово-економічного стану, водночас вони починають його покращувати і перевищувати результати фінансової діяльності докризового періоду, що є позитивною тенденцією для підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі України.

Важливим індикатором оцінювання раціональності та дієвості фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств є їх рентабельність діяльності як міра прибутковості господарювання і використання ресурсів та активів. Як видно з даних, наведених у табл. 2.4, вітчизняні підприємства роздрібною торгівлі, починаючи з 2010 р. почали виходити з кризового стану, а це непогана передумова до зміцнення майнової та інвестиційної складових їх конкурентоспроможності.

Зауважимо, що використання нормативних значень показників важливе з огляду на надання можливості не лише оцінити фінансовий стан підприємств торгівлі, а й побачити негативні тенденції діяльності та конкурентоспроможності. Значення показників рентабельності дають можливість зробити висновки наскільки підприємство є прибутковим, чи ефективно використовуються наявні фінансові ресурси, матеріально-технічна база, інші ресурси та активи. Зокрема, рентабельність активів характеризує скільки чистого прибутку припадає на одиницю коштів, вкладених в активи. Як бачимо у 2007 р. рентабельність активів підприємств торгівлі складала 1,8 %, але у 2008-2009 рр. значення показника було від'ємним («мінус» 4,5 % та «мінус» 1,7 % відповідно). Схожа ситуація спостерігалася з показником рентабельності власного капіталу. На одиницю власного капіталу у 2007 р. підприємства торгівлі отримали 0,116 грн прибутку. Від'ємні

Таблиця 2.4

Показники рентабельності роздрібних торговельних підприємств України у 2007-2011 рр. (складено за [54, с. 64-77, 89-106, 115, 137, 152, 156; 55, с. 214-225; 56, с. 212-223; 57, с. 93-114, 145-166, 226-237; 159; 164, с. 280])

Показники	Роки					Абсолютні відхилення (+,-) 2011 р.	
	2007	2008	2009	2010	2011	до 2007 р.	до 2010 р.
Рентабельність активів, %	1,8	-4,5	-1,7	0,8	1,4	-0,4	+0,6
Рентабельність власного капіталу, %	11,6	-51,1	-18,9	8,2	11,4	-0,2	+3,2
Рентабельність продажів, %	0,9	-2,4	-1,2	0,5	0,8	-0,1	+0,3
Рентабельність основних засобів, %	21,8	-48,9	-17,8	9,2	14,2	-7,6	+5
Рентабельність оборотних активів, %	2,3	-5,7	-2,1	1	1,4	-0,9	+0,4
Рентабельність операційної діяльності, %	13,1	-0,2	4,5	9,8	15	+1,9	+5,2
Рентабельність всієї діяльності, %	4,2	-8,3	-3,8	1,7	2,6	-1,6	+0,9
Рентабельність товарообороту, %	6,3	-14,3	-6,2	2,8	3,6	-2,7	+0,8
Період окупності власного капіталу, днів	8,61	-1,95	-5,30	12,24	8,77	+0,16	-3,47

значення цього показника були протягом 2008-2009 рр. і у 2011 р. значення показника навіть не досягнуло рівня 2007 р. і становило 11,4 %.

Хоча підприємства роздрібної торгівлі протягом 2008-2009 рр. мали від'ємні результати господарювання та показники рентабельності, все ж є підстави стверджувати й про позитивну тенденцію до покращення прибутковості в наступні роки. Так, протягом 2010-2011 рр. стабільно зростали всі показники рентабельності, досягши у 2011 р. рівня 2007 р., тобто можна стверджувати, що критична

маса підприємств подолали фінансові негаразди і виходять на позитивні фінансові результати торговельної діяльності.

Показники ділової активності дають змогу оцінити швидкість обороту коштів, авансованих в активи та зобов'язання і проаналізувати, за який період завершиться їх кругообіг і кошти знову повернуться на підприємство. Результати аналізу показників ділової активності підприємств роздрібною торгівлі в Україні (табл. 2.5) дають підстави стверджувати, що ділова активність суб'єктів торгівлі залишається низькою та, більше того, - погіршується.

Звернімо увагу на те, що коефіцієнт оборотності капіталу у 2007 р. досягнув значення у 2 рази. Але протягом 2008-2010 рр. цей показник ще знизився. Відновлення у 2011 р. до майже двох разів слід вважати ще недостатнім для висновку про достатню оборотність капіталу.

У підприємств роздрібною торгівлі є проблеми з поверненням дебіторської заборгованості. Порівнюючи значення цієї характеристики у 2009 р. до 2007 р., бачимо, що вона знизилась майже у два рази (з 4,42 до 2,67). Це, на наш погляд, негативна тенденція, оскільки підприємствам роздрібною торгівлі все ще не вистачає вільних обігових коштів для здійснення поточної господарської діяльності. Водночас є й позитивні зрушення щодо повернення дебіторської заборгованості, оскільки значення цього показника у 2011 р. становило 3,11.

Щодо повернення підприємствами роздрібною торгівлі кредиторської заборгованості, то у 2009 р. оборотність знизилась до двох разів, тобто підприємства мали проблеми з вчасною оплатою товарів, які отримали від поставальників, виплатою заробітної плати працівникам та соціальних внесків зі страхування. Сповільнилась і оборотність запасів з 12,83 р. у 2007 р. до 9,27 р. у 2011 р. Певною мірою це можна пояснити тим, що підприємства роздрібною торгівлі розширюють асортимент товарів, що збільшує обсяги товарних запасів. Таким чином, період погашення дебіторської заборгованості з 81 дн. у 2007 р. збільшився до 34 дн. у 2011 р. і становив 115 дн. На нашу думку, це є негативним фактором у діяльності підприємств роздрібною торгівлі, підтверджує недостатність їх обігових коштів. Це також і негативна передумова конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі, оскільки позначається на погіршенні її логістичної, матеріально-технічної та маркетингової складових.

Коефіцієнти фінансової стійкості дають змогу оцінити наскільки підприємства роздрібною торгівлі є залежними від зовнішніх джерел фінансування та чи в змозі самостійно фінансувати господарську діяльність, динаміка показників фінансової стійкості наведена в рис. 2.1. (Додатку В). Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) характеризує можливість підприємства виконати свої зовнішні зобов'язання за рахунок власних коштів і показує чи є залежним підприємство від зовнішніх джерел фінансування. Згідно даних, поданих у табл. 2.6, можна зробити висновок, що підприємства роздрібною торгівлі протягом (2007-2011 рр.) не мали можливості у повній мірі виконувати свої зовнішні зобов'язання за рахунок власного капіталу. Це підтверджує зміна показників фінансової стійкості та безпосередньо фінансової залежності.

Показники ділової активності роздрібних торговельних підприємств України у 2007-2011 рр.(складено за [54, с. 64-77, с. 89-106,115,137,152,156; 55, с. 214-225; 56, с. 212-223; 57, с. 93-114, 145-166, 226-237; 159; 164, с. 280])

Показники						Відхилення (+,-) 2011 р. до	
	Роки					2007 р.	2010 р.
2007	2008	2009	2010	2011			
Коефіцієнт оборотності капіталу, рази	1,93	1,86	1,44	1,51	1,86	-0,07	+0,35
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, рази	4,42	3,59	2,67	2,87	3,11	-1,31	+0,24
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, рази	3,53	2,89	2,18	2,34	2,33	-1,2	-0,01
Коефіцієнт оборотності запасів, рази	12,83	12,02	9,86	10,47	9,27	-3,56	-1,2
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	12,64	21,36	16,14	15,38	15,06	-6,3	-0,32
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	81,41	100,25	134,75	125,43	115,63	+34,22	-9,8
Період одного обороту запасів, днів	28,06	29,94	36,50	34,38	38,84	+10,78	+4,46

Показник фінансової залежності характеризує скільки сукупних активів припадає на одиницю власного капіталу та теоретично має становити не більше 2. З 2008 р. спостерігалось стрімке зростання цього показника, що, очевидно, негативно позначилося на фінансово-інвестиційній складовій вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі. У 2011 р. відбулося зниження даного показника у три рази відносно 2008 р. та все ще фінансову діяльність підприємств роздрібною торгівлі трактуємо як надзвичайно ризикову. Умови конкуренції вимагають від підприємств функціонувати в умовах ризику, що часто є джерелом зростання боргів, пов'язаних із зростанням трансакційних витрат та витрат на оплату послуг страхових компаній.

Таблиця 2.6

Показники фінансової стійкості роздрібних торговельних підприємств України у 2007-2011 рр. (складено за [54, с. 64-77, с. 89-106,115,137,152,156; 55, с. 214-225; 56, с. 212-223; 57, с. 93-114, 145-166, 226-237; 159; 164, с. 280])

Показники	Оптимальні значення	Роки					Відхилення (+,-) 2011 року до	
		2007	2008	2009	2010	2011	2007 року	2010 року
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	$\geq 0,5$	0,15	0,08	0,08	0,09	0,12	-0,03	+ 0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	≤ 2	6,57	11,46	11,23	10,16	8,11	+1,54	-2,05
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,5	0,27	0,23	0,22	0,24	0,29	+0,02	+0,05
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	збільшення $>0,1$	0,32	0,19	0,18	0,36	0,50	+0,18	+0,14
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	> 1	0,18	0,1	0,1	0,11	0,11	-0,07	+0,001
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	зменшення $\leq 0,5$	0,84	0,91	0,90	0,89	1,11	+0,27	+0,21
Коефіцієнт фінансового левериджу	зменшення	0,81	1,63	1,51	1,43	1,37	+0,57	-0,06
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними оборотними коштами	збільшення	0,06	0,02	0,02	0,04	0,06	-0,001	+0,02
Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами	збільшення	0,32	0,11	0,11	0,24	0,31	-0,01	+0,06

Коефіцієнт фінансової стійкості характеризує частку стабільних джерел фінансування у загальному обсязі. Підприємства роздрібної торгівлі не мали більше 23 % стабільних джерел фінансування протягом 2008-2010 рр., що доводить наявність у них проблем із вчасною оплатою товарів та послуг.

У 2011 р. коефіцієнт фінансової стійкості зріс до 0,3, що є позитивною тенденцією, оскільки кожна одиниця збільшення стабільних джерел є дуже важливою для підприємств роздрібної торгівлі. Але, як бачимо, значення цього показника все ще недостатнє і підприємства не в змозі вивільняти достатню частину фінансових ресурсів на реалізацію заходів з посилення власних конкурентних позицій на ринку.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу характеризує яка частка власних оборотних коштів знаходиться у власному капіталі. Як видно з інформації, поданої у табл. 2.6, відбулося зниження коефіцієнту маневреності власного капіталу на 0,128 у порівнянні з 2007 р. (показник становив 0,319). Упродовж 2010-2011 рр. суттєво збільшилася частка оборотних коштів у власному капіталі (з 0,385 до 0,503). Таки чином, підприємства роздрібної торгівлі стали менш залежними від позикових джерел фінансування. Отже, значення більшості показників фінансової стійкості все ще не задовільні, але тенденції їх зміни позитивні.

Коефіцієнт фінансової стабільності характеризує наскільки підприємства роздрібної торгівлі можуть фінансувати свою заборгованість власними коштами. Економічно доцільне значення цього показника перевищує 1. За таких умов достатніми є власні кошти суб'єктів господарювання для оплати всіх зобов'язань. Але, звернімо увагу, що у 2011 р. значення цього показника було у майже дев'ять разів меншим за економічно доцільне значення. Відповідно, підприємства роздрібної торгівлі були дуже залежними від позикових джерел фінансування та не могли за рахунок власного капіталу повною мірою оплачувати свої зобов'язання.

Це підтверджує і значення коефіцієнта концентрації позикового капіталу, оптимальне значення якого не повинно перевищувати 0,5. З 2007 р. по 2010 р. значення цього показника досягало 0,9, а у 2011 р. збільшилося до 1,11. Зростання цього коефіцієнта свідчить, про те, що підприємства не можуть самостійно виконувати свої зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів і є залежними від позикових джерел. Для того, щоб бути конкурентоспроможними вітчизняним підприємствам роздрібної торгівлі необхідно підвищити ефективність роботи з моніторингу та вчасної оплати кредитних зобов'язань. Цього можна досягнути шляхом збільшення обсягів фінансового планування.

Із фактичних коефіцієнту фінансового левериджу можна зробити висновки про досить значну залежність підприємств роздрібної торгівлі від довгострокових зобов'язань. Але значне зростання цього показника у 2008 р. у два рази (з 0,806 до 1,639) призвело зростання цін на товари та послуги. Незначне зниження фінансового левериджу спостерігалось у 2011 р. (до 1,371), що є певним підтвердженням початкового подолання фінансово-економічних негараздів та виходу підприємств роздрібної торгівлі на вищий рівень фінансової дисципліни, а отже й фінансової складової конкурентоспроможності. Зокрема, це підтверджують результати аналізу коефіцієнтів забезпеченості власними оборотними коштами запасів та оборотних активів. Зокрема у 2011 р. коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами досягнув значення 0,603, а оборотних активів – 0,602.

Конкурентоспроможність підприємства, його ділові можливості на фінансовому ринку, вміння співпраці з фінансово-кредитними установами, а також вчасність розрахунків за довгостроковими і поточними зобов'язаннями характеризують показники ліквідності. Підприємства роздрібної торгівлі вважаються ліквідними, якщо їх поточні активи відповідають їх короткостроковим зобов'язанням. Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо виконуються такі умови: $A1 > П1$, $A2 > П2$, $A3 > П3$, $A4 \leq П4$.

$A1$ – найбільш ліквідні активи; $A2$ – середньо ліквідні активи; $A3$ – низько ліквідні активи; $A4$ – важко ліквідні активи.

П1 – поточні зобов'язання за розрахунками; П2 – короткострокові кредити банків і позики; П3 – довгострокові зобов'язання; П4 – постійні пасиви.

Інформація, відображена у табл. 2.7 свідчить про недостатню ліквідність балансу роздрібних торговельних підприємств України.

Ліквідність балансу показує чи мають підприємства роздрібної торгівлі наявні ліквідні активи для погашення різного роду термінових зобов'язань.

Таблиця 2.7

Агрегований баланс за результатами аналізу ліквідності роздрібних торговельних підприємств України у 2007-2011 рр. (складено за [54, с. 64-77; 55, с. 214-225; 56, с. 212-223; 57, с. 226-237; 159]) млрд. грн.)

Показники активу						Показники пасиву					
Роки	2007	2008	2009	2010	2011	Роки	2007	2008	2009	2010	2011
A1	267,9	32,6	26,3	33,8	46,9	П1	332	493,4	545,0	602,9	683,9
A2	264,8	397,1	445,2	490,7	511,3	П2	57,9	82,1	79,5	85,9	108,2
A3	91,3	118,6	120,6	134,5	171,8	П3	74,6	109,4	111,2	130,9	144,9
A4	138,1	158,2	167,2	185,1	192,6	П4	92,6	66,8	73,7	91,6	105,7
Баланс	608,3	765	827,8	930,8	857,9	Баланс	608,3	764,9	827,8	930,8	857,9

Аналіз даних з табл. 2.7 та 2.8 свідчать про те, що у вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі характерними є проблеми з швидкою оплатою термінових зобов'язань. Тобто у разі одномоментної вимоги всіх кредиторів до погашення зобов'язань перед ними підприємства роздрібної торгівлі були б не в змозі їх погасити в повному обсязі, оскільки суми їх грошових коштів є в декілька разів меншими за обсяги їх термінових зобов'язань.

В такому випадку підприємства змушені користуватися дебіторською заборгованістю для розрахунків з кредиторами. Саме тому більшість оборотних коштів підприємства роздрібної торгівлі вклали в дебіторську заборгованість та активи, які досить повільно реалізуються. Хоча протягом досліджуваного періоду значно зросла сума довгострокових зобов'язань та підприємства мають можливості вчасно з ними розрахуватися ($A3 > П3$) невиконання підприємствами роздрібної торгівлі з 2007 по 2011 рр. умови $A4 > П4$ свідчить про відсутність достатньої кількості власних оборотних коштів, що характеризує фінансово-економічний стан підприємств як нестійкий та неліквідний.

При оцінюванні фінансово-економічного стану як передумови конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств необхідно надати окремі висновки щодо аналізу їх ліквідності та платоспроможності (табл. 2.9).

Відмітимо, що позитивним є перебування в усі з аналізованих років значення коефіцієнта загальної ліквідності в оптимальному діапазоні (1), що дає можливість стверджувати про достатність фінансових ресурсів у підприємств роздрібної торгівлі для погашення зобов'язань. Це підтверджує й тенденція до зростання цього показника з 2008 р. по 2011 р. на 0,044.

Таблиця 2.8

Результати аналізу ліквідності балансу роздрібних торговельних підприємств України у 2007-2011 рр.

2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік
A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1
A2 > П2	A2 > П2	A2 > П2	A2 > П2	A2 > П2
A3 > П3	A3 > П3	A3 > П3	A3 > П3	A3 > П3
A4 > П4	A4 > П4	A4 > П4	A4 > П4	A4 > П4

Таблиця 2.9

Показники ліквідності роздрібних торговельних підприємств України у 2007-2011 рр. (складено за [54, с. 64-77; 55, с. 214-225; 56, с. 212-223; 57, с. 226-237; 159])

Показники	Опти- мальне значення	Роки					Відхилення (+,-) 2011 р. до	
		2007	2008	2009	2010	2011	2007 р.	2010 р.
Коефіцієнт загальної ліквідності	> 1	1,068	1,022	1,021	1,047	1,066	-0,002	+0,019
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	0,859	0,819	0,832	0,856	0,853	-0,006	-0,003
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-0,35	0,061	0,056	0,041	0,048	0,058	-0,003	+0,01

Коефіцієнти швидкої ліквідності з 2007-2011 рр. також відповідали нормативному значенню (0,8) та навіть мали тенденцію до збільшення. Отже платіжні можливості підприємств роздрібної торгівлі у досить швидкий період часу є непоганими. Підприємства можуть оплатити поточні зобов'язання, які виникають в процесі їх фінансово-економічної діяльності.

Водночас, не настільки високими були значення коефіцієнта абсолютної ліквідності. Рівня 2007 р. цей показник досяг тільки у 2011 р. До цього часу показник був нижчим та засвідчував, що грошові кошти підприємств були більшою мірою вкладені у товари та дебіторську заборгованість. А це перешкоджає виділенню вільних фінансових ресурсів на реалізацію програм забезпечення соціальної, інтелектуально-кадрової, інноваційної та інших складових конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів роздрібної торгівлі.

Зрозуміло, що у підприємств роздрібної торгівлі значна частина коштів вкладена в товарні запаси. Це є вимогою безперервного функціонування торгівлі. Ви-

сокий рівень дебіторської заборгованості говорить про те, що багато товарів оплачується після їх продажу.

Для того, щоб знизити рівень дебіторської заборгованості і тим самим збільшити рівень власних оборотних коштів вважаємо, що керівникам підприємств роздрібної торгівлі необхідно приділити більшої уваги моніторингу своєчасності оплати товарів та послуг, зниженню рівня безнадійної та сумнівної дебіторської заборгованості, зниженню рівня необґрунтованих товарних запасів на складах, які в призводять до «замороження частини грошових засобів», при обертанні яких підприємства можуть отримати додатковий прибуток, покращенню ефективності діяльності систем логістики і постачання, зростанню мотивації праці персоналу.

Вважаємо, що за результатами аналізу фінансово-економічних передумов конкурентних позицій підприємств роздрібної торгівлі є підстави виокремити їх важливі позитивні та негативні аспекти і тенденції (табл. 2.10).

Отже, за результатами аналізу можна стверджувати про необхідність концентрації зусиль керівників вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі над подоланням таких недоліків фінансово-економічних передумов їх конкурентоспроможності як низькі рентабельність та значення чистого прибутку, нестача вільних оборотних коштів, збільшення періоду повернення дебіторської заборгованості та зростання обсягів товарних запасів, надмірна залежність від зовнішніх джерел фінансування, низька ліквідність.

При цьому позитивно, що підприємства роздрібної торгівлі пройшли складний етап фінансово-економічної кризи та, починаючи з 2010 р. поступово відновлюють значення показників фінансово-економічного стану та ефективності.

Разом з тим, важливо оцінити інтегральний стан конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, динаміку його зміни та головні чинники, що його визначають. Це є предметом наступного підрозділу дослідження.

**Результати оцінювання фінансово-економічних передумов
конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі в Україні**

Групи показників фінансово-економічного стану	Характеристики впливу на конкурентоспроможність підприємств роздрібно́ї торгівлі	
	Негативні	Позитивні
Показники прибутку та рентабельності	Недостатні обсяги прибутку та низька рентабельність знижують інвестиційну привабливість підприємств та галузі, обмежуючи можливості реінвестування у розвиток торгових мереж, забезпечення життєздатності бізнесу та фінансування програм посилення маркетингової, соціальної, інноваційної, інтелектуально-кадрової та інших складових конкурентоспроможності	Поступове відновлення прибутковості та збільшення фінансових результатів і чистого прибутку, зменшення частки збиткових підприємств забезпечують зміцнення фінансово-інвестиційної та матеріально-технічної складових конкурентоспроможності
Показники ділової активності	Невисока оборотність активів і зобов'язань ускладнюють своєчасність відновлення бізнес-процесів, погашення кредиторської заборгованості, зменшення суми власних оборотних коштів, що негативно позначається на логістичній та фінансовій складових конкурентоспроможності	Поступове збільшення обсягів товарних запасів, розширення асортименту товарів і послуг (за стабільної ділової активності) позитивно позначається на маркетинговій та матеріально-технічній складових конкурентоспроможності
Показники фінансової стійкості	Низькі та в значній мірі незадовільні значення коефіцієнтів фінансової стійкості знижують фінансово-кредитний потенціал підприємств та підвищують витрату місткості господарювання через необхідність обслуговування кредитних зобов'язань. Це підриває основи фінансово-інвестиційної та матеріально-технічної характеристик їх конкурентних позицій, обмежує можливості до фінансування програм інноваційного розвитку	Залежність від зовнішнього фінансування може слугувати умовою для розширення програм фінансово-кредитної кооперації, міжгалузевого співробітництва підприємств торгівлі; підвищення фінансової стійкості доцільно було б ув'язати з посиленням фінансово-економічного складника конкурентоспроможності
Показники ліквідності	Нестача вільних коштів, у т. ч. для обслуговування зобов'язань, значно зменшує конкурентні можливості підприємств роздрібно́ї торгівлі, оскільки погіршує можливості фінансування їх поточної господарської діяльності, погіршує відносини з контрагентами, що знижує потенціал соціальної, матеріально-технічної та логістичної складових конкурентоспроможності	Дотримання умов загальної ліквідності зберігає здатність підприємств щодо своєчасних розрахунків за поставлені товарні запаси та отримані послуги, що забезпечує життєздатність бізнесу та може бути використане для відновлення фінансової стійкості та підвищення рентабельності як важливих елементів фінансово-економічного механізму конкурентоспроможності

2.2. Інтегральне оцінювання рівня конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

Відомо, що для оцінювання конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств використовують різноманітні підходи, які мають свої особливості в цілях оцінювання, критеріях і показниках, що використовуються, алгоритмах стандартизації якісних і кількісних даних, отриманих результатах та способах їх. Причому кожному із походів властиві як переваги, так і недоліки.

Втім, узагальнюючий висновок щодо рівня конкурентоспроможності можливий лише при використанні інтегральних методів і методик. Використання інтегральної методики оцінювання дозволяє забезпечити цілісність уявлення про рівень (саме як міру, а не стан) конкурентоспроможності та визначити ступінь впливу кожного із критеріїв на позицію підприємства у конкурентному середовищі. Іншою перевагою інтегральних підходів є те, що завдяки синтезу різних за суттю якісних і кількісних показників, інтегральна оцінка є зручним інструментом порівняння можливостей роздрібного торговельного підприємства в конкурентному середовищі та обґрунтування концепції його подальшого стратегічного позиціонування. Це означає, що із використанням принципів комплексності та системності, всі критерії в процесі інтегрального оцінювання конкурентоспроможності складають певну систему, елементи якої спрямовані на вироблення множини управлінських рішень з покращення майнових, ресурсних, фінансово-економічних та інших компонент конкурентного стану і потенціалу підприємства.

Для побудови економіко-математичної моделі інтегрального оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства необхідне інформаційне забезпечення. Відтак, важливе значення відводиться способам неформалізованого (або вербального) представлення стану параметрів конкурентоспроможності та якісного опису – так званої «м'якої інформації». Більше того, інтегральне оцінювання конкурентоспроможності є достатньо ефективним тоді коли кожен із етапів спрямований на прийняття цільових рішень з множини альтернативних варіантів. Таким чином, використання лише наявної статистичної кількісної інформації є недостатнім, що підтверджує актуальність вирішення практичних завдань інтегрального оцінювання за допомогою процедури синтезу множини якісних характеристик (критеріїв).

На нашу думку, для оцінювання конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі достатньо зручно використовувати метод аналізу ієрархій, розроблений Т. Сааті [149], для розв'язання економічних проблем шляхом вироблення багатокритеріального рішення. Тобто, запропонована науковцем аксіоматика методу аналізу ієрархій включає декомпозицію проблем підвищення конкурентоспроможності, парні порівняння експертних суджень та розробку обґрунтованої шкали для їх перетворення у числові значення, процедуру визначення векторів (локальних, глобальних) забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, гомогенну кластеризацію ієрархічних рівнів, схему побудови ієрархічної структури альтернативних варіантів рішень. Використання методу аналізу ієрархій дозволяє не лише оцінити, але й в інтерактивному режимі знайти

альтернативний варіант забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства. Загалом метод є математично обґрунтованим інструментом системного підходу до вирішення складних багатокритеріальних проблем формування умов стійкої і динамічної конкурентоспроможності соціально-економічних систем мікрорівня.

З огляду на ці міркування, метод аналізу ієрархій є найбільш прийнятним підходом для інтегрального оцінювання конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі, оскільки дозволяє не лише провести оцінювання, але сформувати портфель альтернативних стратегічних рішень із врахуванням їх важливості у відповідності із формуванням пріоритетних векторів розвитку підприємства у конкурентному середовищі. Метод максимально враховує кількісну і якісну характеристику впливу факторів на фінансово-економічний стан та конкурентоспроможність роздрібного торговельного підприємства.

Слід враховувати, що інтегральна оцінка не може бути успішно здійснена без необхідної формалізації завдань (ієрархічного синтезу критеріїв оцінки) та визначення вагового вплив окремих критеріїв на вибір альтернативних рішень забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Відтак, враховуючи загальну логіку дослідження, основними критеріями інтегрального оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства потрібно обрати маркетинговий, соціальний, матеріально-технічний, логістичний, фінансово-інвестиційний, інноваційний та інтелектуально-кадровий складники конкурентоспроможності.

Методична послідовність, яку пропонується використовувати для проведення оцінювання конкурентоспроможності, представлено на рис. 2.2. Вона передбачає почергове проходження таких етапів: (1) побудова ієрархії оцінювання, (2) ідентифікація рівнів важливості критеріїв, (3) визначення набору «локальних векторів» за окремими критеріями оцінювання, (4) проведення порівняльної оцінки підприємств-конкурентів, (5) ієрархічний синтез альтернативних варіантів забезпечення конкурентоспроможності. За отриманими результатами перших двох етапів, на третьому і четвертому етапах проводиться розрахунок інтегрального показника та встановлюється узагальнена оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі. Також необхідно враховувати, що при вирішенні поставленої мети кількісна і порядкова однорідність етапів оцінки конкурентоспроможності може порушуватись, оскільки побудові матриць попарних порівнянь приналежні ознаки суб'єктивності та неузгодженості.

Таким чином на кожному із етапів побудови порівняльних матриць за відношенням до загальної мети та критеріїв вищого рівня необхідно розраховувати максимальні значення векторів матриці і, відповідно, індекс їх узгодженості.

Ієрархічне представлення результатів інтегрального оцінювання дозволяє визначити вплив критеріїв конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства на напрями її забезпечення. При цьому, основним завданням ієрархії є оцінювання та виявлення напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства виходячи із їх взаємозв'язку на різних рівнях, а не з безпосередньої залежності від критеріїв на цих рівнях. Ієрархія інформує про структуру конкурентного

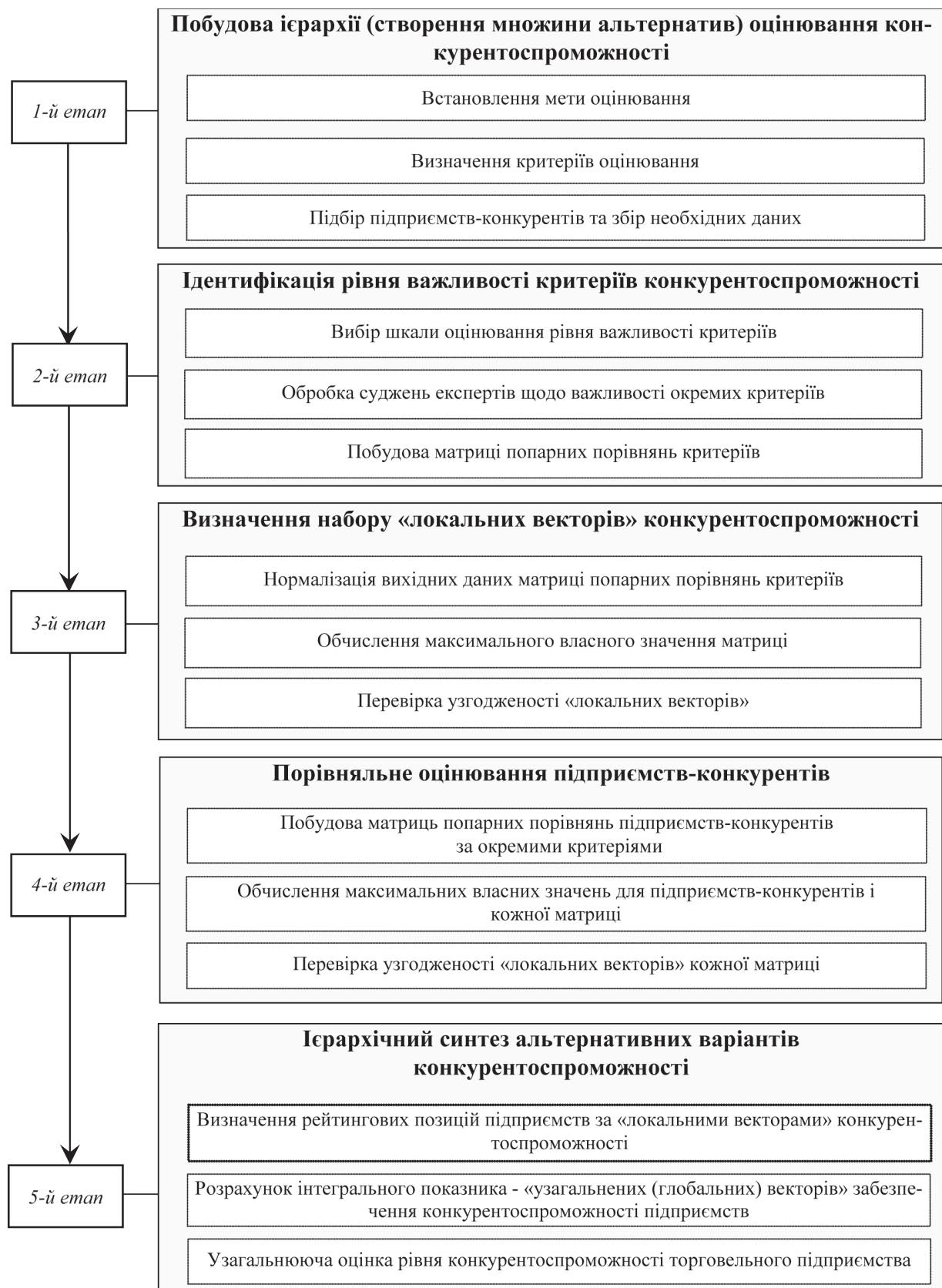


Рис. 2.2. Структурно-логічна схема інтегрального оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

середовища торговельних підприємств і забезпечує розгляд їх цілей стосовно можливостей бути лідером та відповідати кращим значенням критеріїв конкурентоспроможності. Таким чином, створюється множина альтернативних рішень забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта торгівлі.

На рис. 2.3 показаний загальний вигляд ієрархії конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства. Так, на першому рівні фокусується мета оцінювання, яка не повинна деталізувати стратегію і тактику діяльності підприємства, а лише, у формалізованому вигляді описувати прогностні характеристики його конкурентоспроможності.

На другому рівні встановлюються основні критерії оцінювання, які слід розглядати як структурні напрями забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства. Зазначимо, що вибір саме такої множини критеріїв є результатом дослідження складових його конкурентного потенціалу, який реалізується на стратегічному та функціональному рівні.



Рис. 2.3. Декомпозиція ієрархії процесу інтегрального оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

Підбір підприємств-конкурентів, збір необхідної інформації про їх діяльність та оцінювання за відношенням до критеріїв другого рівня завершує ієрархічну послідовність проведення запропонованого нами інтегрального оцінювання конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі.

Слід зауважити, що власне обрання переліку підприємств-конкурентів необхідно проводити з урахуванням певних критеріальних ознак.

Такими насамперед є територіальна приналежність та обслуговування населення, досвід роботи на ринку, цінова політика, ефективність стимулювання продажу товарів, відповідність профілю комерційної діяльності та організації торговельно-технологічного процесу (вид, формат торгівлі).

Враховуючи принципи ідентичності та декомпозиції, в процесі інтегрального оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства має зберігатися загальна підпорядкованість, де кожен елемент відповідного рівня функціонує як критерій для всіх елементів нижнього рівня. При цьому, ієрархію слід будувати таким чином, щоб елементи нижнього рівня були порівняні попарно з погляду елементів попереднього рівня.

Згідно теорії ієрархій процес попарного порівняння неперервно продовжується від фокусування мети інтегрального оцінювання до вибору альтернативних варіантів стратегічного позиціонування підприємства в конкурентному середовищі.

Враховавши критеріальні ознаки для обрання підприємств-конкурентів, для апробації запропонованого методичного підходу до оцінювання конкурентоспроможності було обрано такі роздрібні торговельні підприємства: (1) РТП «Апарат РСС», (2) РТП «В. Комятське СТ», (3) РТП «Вилоцьке СТ», (4) РТП «МТВП», (5) РТП «Ринок», (6) РТП «СТ Довіра», (7) РТП «Королівське СТ Фантазія», (8) ТОВ «Чекотекс», (9) ТОВ «Данко», (10) ТОВ «Джерельце», (11) ТОВ «ЛМ».

Після обрання об'єктів дослідження необхідно визначити міру взаємозв'язків (важливостей) критеріїв конкурентоспроможності підприємств, згідно з значеннями яких буде сформовано множину матриць попарних порівнянь. При цьому, кожен елемент матриці розміщується в межах домінування над іншим та може перебувати в складі елементів іншого ієрархічного рівня, крім останнього, де розміщені об'єкти оцінювання. Відтак, метою побудови матриць є обґрунтування рівня важливості критеріїв конкурентоспроможності задля подальшого визначення напрямів покращення конкурентного стану підприємства роздрібної торгівлі.

Складання матриць попарних порівнянь відбувається з використанням методу експертних оцінок, де судження експертів оцінюються за шкалою відносної важливості, наведеній в табл. 2.11.

Зауважимо, що ступінь об'єктивності та репрезентативності оцінювання важливості критеріїв конкурентоспроможності перш за все залежить від професійного досвіду та об'єктивності експертів. Відтак для підсилення достовірності підходу для експертної оцінки можна обрати метод Дельфі, що дозволить з вищою ефективністю репрезентувати експертну групу та опрацювати матеріали опитувальних листів (додаток Г).

В процесі побудови матриці відбувається попарне порівняння критеріїв, що дозволяє з'ясувати варіанти рішень і факторів, котрі впливають на вибір локальних і узагальнених векторів забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства. Так, в клітинку матриці заносяться числа від 1 до 9 у тому випадку, якщо елемент матриці зліва важливіший, ніж елемент зверху, а якщо існує зворотна перевага, то – відносне значення числа (дріб). При порівнянні

Шкала оцінювання відносної важливості критеріїв конкурентоспроможності (складено на основі¹⁵⁰)

Рівень важливості	Визначення	Пояснення
1	Рівна важливість критеріїв	Обидва критерії роблять однаковий внесок щодо досягнення загальної мети
3	Існують деякі переваги одного критерію над іншим	Досвід та судження дають легку перевагу одному критерію над іншим
5	Суттєва або сильна перевага критерію	Досвід та судження дають сильну перевагу одному критерію над іншим
7	Значна перевага критерію	Існують переконливі докази очевидної переваги одного критерію над іншим
9	Абсолютна перевага	Максимально підтверджуються переваги одного критерію над іншим
2, 4, 6, 8	Проміжні оцінки між двома сусідніми судженнями	Застосовуються, коли необхідне компромісне рішення
Відносні величини наведених чисел	Якщо одному із критеріїв при порівнянні з іншим приписується одне з наведених вище чисел, тоді критерію другого порядку приписується зворотне значення	Обґрунтоване припущення
0	Непорівняльність	Порівняння критеріїв недоцільне

елементів між собою отримуємо рівну важливість: головна діагональ матриці повинна складатись з одиниць. Наприклад, встановлено, що маркетингова складова конкурентоспроможності торговельних підприємств (ліва частина матриці) значно важливіша за соціальну (верхня частина матриці), відтак в клітинку матриці занесено ціле число 5. Відповідно, зворотній зв'язок між критеріями виміряно дробом $1/5$ і занесено в клітинку симетричну відносно діагоналі (табл. 2.12).

З даних табл. 2.12 видно, що маркетингова складова є домінуючим елементом матриці, а відтак – пріоритетний напрям забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. Про це свідчить вплив маркетингового критерію над логістичним (рівень важливості 9 п.), матеріально-технічним (7 п.), соціальним (5 п.).

Однак, для визначення абсолютного значення рівня важливості критеріїв для набору «локальних векторів» забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі, необхідно результати суджень експертів (які виражені чисельно за шкалою відносної важливості) нормалізувати за формулою (2.1)

Таблиця 2.12

Матриця попарних порівнянь критеріїв конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств (складено на основі опрацювання матеріалів опитувальних листів)

Критерії конкурентоспроможності	Маркетинговий	Соціальний	Матеріально-технічний	Логістичний	Фінансова-інвестиційний	Інноваційний	Інтелектуально-кадровий
Маркетинговий	1	5	7	9	1	3	3
Соціальний	1/5	1	3	1/3	1/5	1/3	1/3
Матеріально-технічний	1/7	1/3	1	3	1/5	1	1/3
Логістичний	1/9	3	1/3	1	1/7	1/5	1/5
Фінансова-інвестиційний	1	5	5	7	1	3	3
Інноваційний	1/3	3	1	5	1/3	1	1/3
Інтелектуально-кадровий	1/3	3	3	5	1/3	3	1

$$R_k = \frac{\sqrt[m]{\prod_{j=1}^m a_{kj}}}{\sum_{i=1}^m \sqrt[m]{\prod_{j=1}^m a_{ij}}}, \quad (2.1)$$

R_k де - абсолютне значення рівня важливості k -го критерію конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства; a_{ij} - i -тий, j -тий елемент матриці попарних порівнянь; i - порядковий номер рядка матриці попарних порівнянь ($i = 1, 2, 3, \dots, m$); j - порядковий номер стовпця матриці попарних порівнянь ($j = 1, 2, 3, \dots, m$); m - кількість елементів, що порівнюються.

Для узагальнення результатів експертного оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства необхідним є розрахунок відхилення величини максимального власного значення матриці ($\lambda_{\max}$) від порядку попарних порівнянь, який проводиться за допомогою формули (2.2):

$$\lambda_{\max} = \sum_{i=1}^m (R_k \times \sum_{j=1}^m a_{ij}), \quad (2.2)$$

Водночас, для обернено симетричної матриці попарних порівнянь повинно виконуватись нерівність $\lambda_{\max} \geq m$, що попередньо підтверджує вірність послідовності та адекватності експертних суджень.

Зауважимо, що набір критеріїв конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства є неоднорідним, їх вплив постійно змінюється і в результаті цього набір «локальних векторів» матриці може відображати певну неузгодженість і непослідовність експертних суджень. Відтак, важливо провести розрахунок

індексу узгодженості суджень експертів (I_c), який засвідчує ступінь порушення кількісної та порядкової однорідності критеріїв, із використанням формули (2.3):

$$I_c = \frac{\lambda_{\max} - m}{m - 1}, \quad (2.3)$$

Для оцінювання значимості індексу узгодженості випадкових узгодженостей «локальних векторів» матриці обов'язковим є розрахунок відношення узгодженості суджень експертів (A_c) (формула (2.4)). При цьому припустиме значення відношення узгодженості знаходиться в межах від 0 до 0,2, перевищення якого вимагатиме детальнішого дослідження проблеми та перевірки експертних суджень.

$$A_c = \frac{I_c}{R_c}, \quad (2.4)$$

де R_c - випадкова узгодженість «локальних векторів» матриць різного порядку (для матриць 7-го порядку випадкова узгодженість дорівнює 1,32).

Таблиця 2.13

Результати аналізу рівня важливості «локальних векторів» у забезпеченні конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства (за результатами експертного опитування)

Показники	Критерії конкурентоспроможності						
	Маркетинговий	Соціальний	Матеріально-технічний	Логістичний	Фінансова-інвестиційний	Інноваційний	Інтелектуально-кадровий
Середньгеометричне значення критеріїв ()	3,113	0,459	0,511	0,347	2,863	0,916	1,468
Абсолютне значення рівня важливості критеріїв ()	0,322	0,047	0,053	0,036	0,296	0,095	0,152
Величина максимального власного значення матриці ($\lambda_{\max}$)	0,679	0,955	1,077	1,092	0,947	1,095	1,245
	7,090						
Індекс узгодженості суджень експертів (I_c)	0,015						
Відношення узгодженості суджень експертів (A_c)	0,011						

Проведена нормалізація та розрахунки показників узгодженості експертних суджень (табл. 2.13) засвідчують, що маркетинговий, фінансово-інвестиційний та інтелектуально-кадровий критерії є найбільш важливими «локальних векторами» забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства. При цьому, відношення узгодженості знаходиться в заданих межах ($A_c = 0,011$), що підтверджує достатню узгодженість оцінок експертів і достовірність отриманих результатів.

В сукупності рівень важливості маркетингового, фінансово-інвестиційного та інтелектуально-кадрового критеріїв конкурентоспроможності перевищує 75,0 %, що засвідчує їх важливість в системі конкурентного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі. На основі отриманих результатів про відносну важливість критеріїв конкурентоспроможності нами побудовані матриці попарних порівнянь підприємств-конкурентів, елементами яких є «локальні вектори» забезпечення конкурентоспроможності (табл. Е1-Е3, Додатку Е). Крім того розраховано величину максимального власного значення матриці, індекс узгодженості та відношення узгодженості суджень експертів, а отримані результати порівняно з нормативним значеннями. Зауважимо, що вихідними даними для заповнення матриць 3-го рівня ієрархії були значення показників господарсько-фінансової діяльності роздрібних торговельних підприємств (додаток Д1-Д11) та результати опитувань працівників економічних служб, апарату управління підприємств, працівників державних органів управління.

Кожну матрицю в залежності від критерію конкурентоспроможності складено на основі тих же принципів, що і на попередньому етапі, але ліва і верхня частини враховують кількість підприємств (у нашому випадку 11). Для визначення «локальних векторів» матриць 3-го рівня ієрархії значення експертних суджень нормалізовано геометрично середнім способом, аналогічно як і для матриць 2-го рівня. Відтак, побудовані матриці ілюструють порівняльну оцінку досліджуваних підприємств-конкурентів роздрібної торгівлі за запропонованим набором критеріїв конкурентоспроможності.

Відмітимо, що розраховані показники узгодженості експертних суджень не перевищують допустимі межі та підтверджують статичну об'єктивність і обґрунтованість вибору критеріїв конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств.

Після побудови ієрархічної моделі і складання матриць попарних порівнянь критеріїв конкурентоспроможності були визначені «узагальнені (глобальні) вектори» і рейтингові позиції аналізованих підприємств. Для цього були визначені часткові значення «узагальнених векторів» конкурентоспроможності (λ_i), а саме значення «локальних векторів» торговельних підприємств (які відповідають 3-му рівню ієрархічної моделі) (λ_{ij}) були помножені на рівні важливості критеріїв конкурентоспроможності вищого рівня (λ_j), після чого отримані значення відповідно до окремого підприємства було просумовано (формула (2.5):

$$I_{ct} = \sum_{i=1}^m I_{mi}^p = \sum_{i=1}^m (L_i \times R_k), \quad (2.5)$$

де I_{ct} - інтегральний показник або «узагальнений (глобальний) вектор» забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства.

Значення інтегрального показника, що наближається до більшого числа, характеризує зростання рейтингової позиції і конкурентного статусу підприємства торгівлі в конкурентному середовищі.

Використання такого способу оцінювання передбачає формування рейтингу підприємств лише відносно значень «узагальнених векторів» конкурентоспроможності. Однак, враховуючи, що підприємства роздрібної торгівлі конкурують на ринку в поточний момент часу, не слід стверджувати про глобальні напрями зміцнення конкурентних позицій, а акцентувати увагу на поточному стані окремих критеріїв конкурентоспроможності підприємства. Це дозволить визначитись з базовими конкурентними стратегіями та розробити ефективні тактичні плани функціонування підприємства в конкурентному середовищі.

Метою ранжування за показником локального вектора конкурентоспроможності є висвітлення ефективності функціонування торговельного підприємства, реалізації його місії і стратегічних цілей щодо доступу до цільових ринкових сегментів, товарів, технологій, ресурсів, інвестицій та інновацій, ін. В результаті оцінювання стає зрозумілим, якими можливостями володіє підприємство та чи в достатньому обсязі нагромаджено конкурентний потенціал. Крім того, якщо підприємство декларує різні форми стратегічного позиціонування (цінова перевага, спеціалізація, диверсифікація, зростання цільового сегмента ринку) можна зробити висновок про напрями стратегічної і тактичної невідповідності передумов і перспектив забезпечення конкурентоспроможності.

Рейтингові позиції торговельних підприємств в аналізованому конкурентному середовищі відображені в табл. 2.14.

Упродовж 2010-2012 рр. вищою була конкурентоспроможність РТП «Ринок», ТОВ «Чекотекс», ТОВ «Данко», ТОВ «Джерельце».

Ці підприємства були лідерами за інноваційним, логістичним, фінансово-інвестиційним критеріями конкурентоспроможності. Передумовами цього значною мірою було виважене проведення політики інтенсивного використання торгових площ, оптимізації кредиторської заборгованості, забезпечення ліквідності та маневреності власного оборотного капіталу, формування умов мотивації до праці і якісного обслуговування покупців.

Парадоксально, однак, окремі підприємства (РТП «Апарат РСС», РТП «В. Комятське СТ», РТП «Вилоцьке СТ», РТП «СТ Довіра», РТП «Королівське СТ Фантазія») з хорошим матеріально-технічним забезпеченням і соціальним розвитком знаходилися в зоні ринкових послідовників чи навіть аутсайдерів. Це негативно, адже погіршення фінансово-економічного стану кооперативних підприємств роздрібної торгівлі обмежує їх можливість щодо запровадження нових підходів до організації торгово-технологічного процесу, управління інвестиціями, інноваціями та створення більш конкурентоспроможних місць праці.

Таблиця 2.14

**Рейтингові позиції аналізованих роздрібних торговельних підприємств
Виноградівського району Закарпатської області за критеріями
конкурентоспроможності у 2010-2012 рр.**

Підприємства	Критерії конкурентоспроможності						
	Маркетинговий	Соціальний	Матеріально-технічний	Логістичний	Фінансова-інвестицій- ний	Інноваційний	Інтелектуально-кадро- вий
2010 рік							
1	8	3	2	7	8	9	5
2	7	5	3	8	7	7	1
3	9	2	5	11	11	11	4
4	6	9	9	6	6	3	7
5	3	4	7	2	3	1	11
6	10	6	1	10	10	10	2
7	5	1	4	9	9	8	3
8	2	7	10	1	2	5	9
9	4	10	8	3	5	2	10
10	1	11	6	4	1	4	8
11	11	8	11	5	4	6	6
2011 рік							
1	8	1	4	7	9	8	6
2	6	4	1	9	4	6	1
3	11	3	5	11	8	9	4
4	4	11	10	5	7	3	8
5	2	6	6	1	2	2	11
6	9	5	2	10	10	11	2
7	7	2	3	8	11	10	3
8	1	8	7	2	1	4	10
9	5	9	9	4	3	1	9
10	3	7	8	3	5	5	7
11	8	10	11	6	6	7	5

2012 рік							
1	7	2	1	7	7	6	2
2	8	6	4	5	4	9	4
3	9	3	6	9	8	11	3
4	3	9	2	6	5	4	8
5	1	5	5	2	2	1	9
6	11	4	3	11	10	10	6
7	4	1	7	4	9	5	1
8	2	11	10	1	1	3	5
9	5	8	9	3	3	2	7
10	6	10	8	10	11	7	10
11	10	7	11	8	6	8	11

Аналізовані підприємства кооперативного сектора мають високий маркетинговий потенціал. Обсяг роздрібного товарообороту підприємства РТП «Апарат РСС» перевищує сукупний товарооборот підприємств ТОВ «Данко», ТОВ «Джерельце», ТОВ «ЛМ». Проте, недостатня широта і стійкість асортименту товарів, обмеженість товарних запасів високої якості та низька ефективність логістичних відносин з постачальниками стають перешкодами покращення їх конкурентних позицій та зростання конкурентоспроможності.

Важливими стратегічним завданням для кооперативних підприємств роздрібної торгівлі у забезпеченні конкурентоспроможності стає інноваційна активність. Зокрема, за останні роки у більшість об'єктів роздрібної торгівлі не розширено систему додаткових торговельних послуг, не використовуються прийоми бенчмаркінгу та мікрмаркетингу, а використання традиційних підходів до організації торговельно-технологічного процесу лише стримує подальший розвиток і підвищення конкурентоспроможності.

За результатами проходження наступного етапу методичної послідовності оцінювання конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств, а саме – узагальнення і статичної форми та формування висновків про конкурентне середовище (табл. 2.15) визначено, що окремі суб'єкти торгівлі можуть отримувати лідерські позиції за соціальним, матеріально-технічним, інтелектуально-кадровим критеріями (це зокрема РТП «Апарат РСС», РТП «В. Комятське СТ», РТП «СТ Довіра», РТП «Королівське СТ Фантазія») та характеризуватися послідовниками за логістичним, інноваційним критеріями, але аутсайдерами в межах маркетингової і фінансово-інвестиційної складових, що об'єктивно перешкоджає зміцненню конкурентоспроможності загалом. Це свідчить про нехтування уваги керівників підприємств до ефективного проходження попереднього етапу оцінювання конкурентоспроможності.

У 2012 р. найвищою була конкурентоспроможність РТП «Ринок». Цього було досягнуто за рахунок високого рівня маркетингової, фінансово-інвестиційної та

логістичної складових. Зокрема, РТП «Ринок» було характерно високий рівень ритмічності продажу товарів, доходівіддачі торгової площі, ділової активності та фінансової стійності. Водночас підприємство проводило політику оптимізації рівнів трансакційних і витрат обігу, диверсифікації процесів продажу товарів та стимулювання збутового персоналу до високопродуктивної праці.

Натомість найнижчими були позиції ТОВ «ЛМ» і ТОВ «Джерельце». До цього призвели низькі значення матеріально-технічної, фінансово-інвестиційної та інтелектуально-кадрової складових. Цим підприємствам слід працювати над підвищенням ефективності використання торгової площі, покращенням політики залучення фінансових та інвестиційних ресурсів, оптимізацією чисельності, складу та якості торгового персоналу.

Зауважимо втрату лідерських позицій ТОВ «Джерельце». Так, у 2010 р. підприємство було лідером в аналізованому конкурентному середовищі та володіло високим маркетинговим і фінансово-інвестиційним потенціалом до збереження конкурентного статусу. Однак, у 2012 рр. ТОВ «Джерельце» втратило конкурентні переваги для ефективного ведення комерційної господарської діяльності і, як наслідок, посіло місце в зоні аутсайдера.

Причинами таких змін було погіршення фінансово-економічного стану (у 2012 р. підприємство отримало збиток 76 тис. грн.), зниження рівня якості торговельного обслуговування покупців, збільшення витрат робочого часу, критичне зростання рівня зносу матеріально-технічної бази для підприємств роздрібної торгівлі. Крім того, керівництво ТОВ «Джерельце» не врахувало вплив ризиків і загроз, які виникають із зовнішнього середовища функціонування, а саме зниження рівня якості життя населення, зміни кон'юнктури ринку, зростання рівня недобросовісної конкуренції, ускладнення державного нагляду (особливо податкового контролю) за підприємницькою діяльністю.

Потрібно вказати на наступну тенденцію в аналізованому конкурентному середовищі. Так, з кожним роком диференціація значень інтегральних показників конкурентоспроможності підприємств все більше нівелювалася. Так, у 2010 р. різниця між максимальним та мінімальними значеннями становила 0,3124, в 2011 р. – 0,3017, 2012 р. – 0,2884. При цьому поміж окремих підприємств (РТП «Апарат РСС» – РТП «Вилоцьке СТ», ТОВ «Джерельце» – ТОВ «ЛМ») значення інтегрального показника конкурентоспроможності були майже тотожними. Це може свідчити про зростання рівня інтенсивності конкурентної боротьби та використання суб'єктами наступальної стратегії конкуренції стосовно оволодіння уподобаннями і купівельними фондами споживачів. В сучасних умовах домінують дві тенденції: зростання рівня конкуренції та вирівнювання конкурентних позицій підприємств у аналогічних ринкових сегментах.

Така ситуація є характерною для сучасного розвитку сфери роздрібної торгівлі, адже зростає рівень інституціалізації конкурентних відносин, настає період удосконалення логістичних схем товаропостачання, розширюються межі вертикальної інтеграції торговельного бізнесу.

Таким чином, застосування запропонованого методичного підходу дозволяє в інтерактивному режимі оцінити стан та динаміку конкурентоспроможності

суб'єкта роздрібної торгівлі, виявити функціональні переваги і слабкі місця. А це власне і є інформаційно-аналітичним базисом обрання раціональних рішень обґрунтування концепції стратегічного позиціонування роздрібного торговельного підприємства в конкурентному середовищі і забезпечення конкурентоспроможності. Визначення рейтингових позицій роздрібних торговельних підприємств за «локальними векторами» дає змогу не лише ідентифікувати чинники формування конкурентних переваг, а й комплексно оцінити управління конкурентоспроможністю загалом. Виходячи з цього, системну характеристику конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі потрібно надавати крізь призму функціональної забезпеченості елементів конкурентного потенціалу.

Таблиця 2.15

2010 рік												
		«Локальні вектори» конкурентоспроможності підприємств										
		1**	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Рівні важливості критеріїв*	1	0,0015	0,0034	0,0015	0,0099	0,1479	0,0008	0,0127	0,1984	0,0512	0,5726	0,0001
	2	0,0049	0,0765	0,0066	0,0147	0,2852	0,0022	0,0013	0,3976	0,1275	0,0570	0,0265
	3	0,2626	0,1654	0,0769	0,0021	0,0082	0,3390	0,1332	0,0010	0,0030	0,0085	0,0001
	4	0,0016	0,0012	0,0002	0,0191	0,2221	0,0007	0,0008	0,3847	0,2137	0,1131	0,0427
	5	0,0031	0,0055	0,0011	0,0094	0,1828	0,0022	0,0024	0,2549	0,0283	0,4249	0,0850
	6	0,0021	0,0048	0,0005	0,0742	0,3709	0,0012	0,0037	0,0710	0,3569	0,0714	0,0553
	7	0,0268	0,4174	0,0464	0,0030	0,0006	0,2410	0,2319	0,0023	0,0010	0,0030	0,0268
Інтегральні показники конкурентоспроможності												
Рейтинги підприємств												
2011 рік												
		«Локальні вектори» конкурентоспроможності підприємств										
		1	2**	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Рівні важливості критеріїв*	1	0,0046	0,0103	0,0034	0,0888	0,1192	0,0044	0,0099	0,5958	0,0688	0,0888	0,0080
	2	0,3751	0,0969	0,1300	0,0012	0,0250	0,0323	0,3020	0,0112	0,0065	0,0186	0,0012
	3	0,0767	0,5835	0,0700	0,0042	0,0167	0,1450	0,0870	0,0058	0,0045	0,0045	0,0023
	4	0,0136	0,0026	0,0015	0,0315	0,4731	0,0016	0,0136	0,1639	0,1175	0,1577	0,0235
	5	0,0049	0,0765	0,0066	0,0147	0,2852	0,0022	0,0013	0,3976	0,1275	0,0570	0,0265
	6	0,0043	0,0215	0,0032	0,1115	0,1931	0,0014	0,0025	0,0480	0,5574	0,0358	0,0210
	7	0,0135	0,3656	0,0704	0,0045	0,0009	0,3640	0,1173	0,0035	0,0040	0,0130	0,0406
Інтегральні показники конкурентоспроможності												
Рейтинги підприємств												
2012 рік												
		«Локальні вектори» конкурентоспроможності підприємств										
		1	2	3**	4	5	6	7	8	9	10	11
Рівні важливості критеріїв*	1	0,0152	0,0068	0,0051	0,1021	0,5303	0,0029	0,0761	0,1768	0,0612	0,0204	0,0040
	2	0,2280	0,0439	0,1766	0,0065	0,0790	0,1316	0,3059	0,0038	0,0068	0,0060	0,0113
	3	0,3651	0,0544	0,0081	0,3514	0,0234	0,1859	0,0060	0,0009	0,0016	0,0028	0,0002
	4	0,0034	0,0075	0,0044	0,0101	0,2630	0,0045	0,0131	0,4556	0,1132	0,1176	0,0075
	5	0,0132	0,0686	0,0059	0,0511	0,2556	0,0044	0,0057	0,3563	0,1980	0,0001	0,0411
	6	0,0092	0,0053	0,0018	0,0614	0,4119	0,0049	0,0159	0,0793	0,3963	0,0071	0,0068
	7	0,2624	0,1129	0,1173	0,0075	0,0043	0,0391	0,3520	0,0875	0,0135	0,0025	0,0008
Інтегральні показники конкурентоспроможності												
Рейтинги підприємств												

* (1) маркетинговий – 0,322; (2) соціальний – 0,047; (3) матеріально-технічний – 0,053; (4) логістичний – 0,036; (5) фінансово-інвестиційний – 0,296; (6) інноваційний – 0,095; (7) інтелектуально-кадровий – 0,152.

**Рейтингові позиції аналізованих роздрібних торговельних підприємств Виноградівського району
Закарпатської області за інтегральним показником конкурентоспроможності у 2010-2012 рр.**

2010 рік										
Часткові значення «узагальнених векторів» конкурентоспроможності підприємств										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0,0005	0,0011	0,0005	0,0032	0,0476	0,0003	0,0041	0,0639	0,0165	0,1844	0,0001
0,0002	0,0036	0,0003	0,0007	0,0134	0,0001	0,0001	0,0187	0,0060	0,0027	0,0012
0,0139	0,0088	0,0041	0,0001	0,0004	0,0180	0,0071	0,0001	0,0002	0,0005	0,0001
0,0001	0,0001	0,0001	0,0007	0,0080	0,0001	0,0001	0,0138	0,0077	0,0041	0,0015
0,0009	0,0016	0,0003	0,0028	0,0541	0,0007	0,0007	0,0755	0,0084	0,1258	0,0252
0,0002	0,0005	0,0000	0,0070	0,0352	0,0001	0,0004	0,0067	0,0339	0,0068	0,0053
0,0041	0,0634	0,0071	0,0005	0,0001	0,0366	0,0352	0,0003	0,0002	0,0005	0,0041
0,0199	0,0791	0,0124	0,0150	0,1588	0,0559	0,0477	0,1790	0,0729	0,3248	0,0375
9	4	11	10	3	6	7	2	5	1	8
2011 рік										
Часткові значення «узагальнених векторів» конкурентоспроможності підприємств										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0,0015	0,0033	0,0011	0,0286	0,0384	0,0014	0,0032	0,1918	0,0222	0,0286	0,0026
0,0176	0,0046	0,0061	0,0001	0,0012	0,0015	0,0142	0,0005	0,0003	0,0009	0,0001
0,0041	0,0309	0,0037	0,0002	0,0009	0,0077	0,0046	0,0003	0,0002	0,0002	0,0001
0,0005	0,0001	0,0001	0,0011	0,0170	0,0001	0,0005	0,0059	0,0042	0,0057	0,0008
0,0015	0,0226	0,0020	0,0044	0,0844	0,0007	0,0004	0,1177	0,0377	0,0169	0,0078
0,0004	0,0020	0,0003	0,0106	0,0183	0,0001	0,0002	0,0046	0,0530	0,0034	0,0020
0,0021	0,0556	0,0107	0,0007	0,0001	0,0553	0,0178	0,0005	0,0006	0,0020	0,0062
0,0277	0,1191	0,0240	0,0457	0,1603	0,0668	0,0409	0,3213	0,1182	0,0577	0,0196
9	3	10	7	2	5	8	1	4	6	11
2012 рік										
Часткові значення «узагальнених векторів» конкурентоспроможності підприємств										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0,0049	0,0022	0,0016	0,0329	0,1708	0,0009	0,0245	0,0569	0,0197	0,0066	0,0013
0,0107	0,0021	0,0083	0,0003	0,0037	0,0062	0,0144	0,0002	0,0003	0,0003	0,0005
0,0194	0,0029	0,0004	0,0186	0,0012	0,0099	0,0003	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
0,0001	0,0003	0,0002	0,0004	0,0095	0,0002	0,0005	0,0164	0,0041	0,0042	0,0003
0,0039	0,0203	0,0017	0,0151	0,0757	0,0013	0,0017	0,1055	0,0586	0,0001	0,0122
0,0009	0,0005	0,0002	0,0058	0,0391	0,0005	0,0015	0,0075	0,0376	0,0007	0,0006
0,0399	0,0172	0,0178	0,0011	0,0007	0,0059	0,0535	0,0133	0,0021	0,0004	0,0001
0,0798	0,0455	0,0302	0,0742	0,3007	0,0249	0,0964	0,1999	0,1225	0,0123	0,0151
5	7	8	6	1	9	4	2	3	11	10

** 1 – РТП «Апарат РСС»; 2 – РТП «В. Комятське СТ»; 3 – РТП «Вилоцьке СТ»; 4 – РТП «МТВП»; 5 – РТП «Ринок»; 6 – РТП «СТ Довіра»; 7 – РТП «Королівське СТ Фантазія»; 8 – ТОВ «Чекотекс»; 9 – ТОВ «Данко»; 10 – ТОВ «Джерельце»; 11 – ТОВ «ЛМ».

2.3. Аналіз фінансової стійкості підприємств роздрібної торгівлі як індикатора їх конкурентоспроможності

Так як фінансова складова традиційно вважається однією з головних компонент конкурентоспроможності соціально-економічних систем всіх рівнів, так і, на нашу думку, фінансова стійкість відіграє головну роль у формуванні конкурентного статусу кожного суб'єкта господарювання. Такий висновок підтверджується тим, що досягти високої фінансової стійкості без збалансування доходів і витрат, формування та раціонального використання прибутку, власного і залученого капіталу неможливо. Її визначають й багато інших, можливо менш визначальних, показників і характеристик фінансово-господарської діяльності підприємства, внутрішніх і зовнішніх чинників.

Але перш ніж сформулювати висновки відносно стану фінансової стійкості і її впливу на конкурентні позиції підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району Закарпатської області (як об'єктів дослідження) важливо охарактеризувати окремі фінансово-економічні умови їх господарювання. Адже це важливий комплексний чинник впливу на життєздатність, обсяги та ефективність господарювання і, відповідно, фінансову стійкість. Саме тому фінансову стійкість підприємств торгівлі пропонуємо розглядати як основний індикатор їх конкурентоспроможності.

Як видно з даних, наведених у табл. 2.16, обсяг роздрібного товарообороту підприємств Виноградівського району Закарпатської області упродовж 1990-2011 рр. мав тенденцію до зростання. Зокрема істотне збільшення відбулося з 1990 р. по 1995 р. (з 148 тис. грн до 17,1 млн грн). Для 2008 р. характерним був спад, але з 2009 р. – незначне зростання показника. Темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту у 2011 р. до 2005 р. становили у 2,6 рази, а до 2010 р. – у 1,2 рази. Позитивною тенденцією є й зростання обсягу роздрібного товарообороту у розрахунку на одиницю населення. Так, у 2011 р. показник зріс до 4164 грн, що було на 19,4 % більше, ніж у 2010 р. та у 2,6 рази більше, ніж у 2005 р.

Очевидно, що збільшення загальних та питомих обсягів роздрібного товарообороту позитивно позначається на передумовах посилення фінансової стійкості підприємств торгівлі. Одним з чинників цього стало збільшення торгових площ суб'єктів господарювання. Якщо торгова площа підприємств роздрібної торгівлі у 2000-х роках і зменшилася відносно показників 1990-1995 рр., то у 2010-2011 рр. вона збільшилася відносно 2009 р. у понад 2 рази.

Звичайно, зменшення торгових площ було обумовлене тим, що підприємства у складний час продавали, віддавали в оренду приміщення задля підтримання життєдіяльності. Так, у 2006-2009 рр. відбулося суттєве зниження купівельної спроможності населення, коли споживачі придбавали більшість товарів на ринках, а не у торгових залах магазинів. Позитивні зрушення відбулися у 2010-2011 рр., коли збільшилися торгові площі підприємств торгівлі на 4,4 тис. м² і досягли рівня 2005 р. (8,6 тис. м²).

Можна стверджувати, що підприємства роздрібної торгівлі покращують результати своєї діяльності, стаючи більш прибутковими, успішними та фінансово самостійними.

Що ж до показника забезпечення населення торговою площею, то в розрахунку на 10 тис. осіб спостерігаються майже ідентичні тенденції розвитку як з торговою площею загалом. З 2000 р. по 2009 р. відбувається суттєве скорочення забезпеченості населення торговою площею включно до 364 м² у розрахунку на 10 тис. осіб у 2009 р. Але позитивно, що в останні два роки відбувається торгової площі підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення.

Можна зробити такий висновок, що підприємства роздрібної торгівлі Виноградівського району Закарпатської області не знижують обсягів основних показників ефективності діяльності і забезпечують їх поступове зростання у 2010-2011 рр., що є позитивною тенденцією і суттєвою мірою засвідчує зростання фінансової стійкості та посилення конкурентних позицій роздрібних торговельних підприємств.

Таблиця 2.16

Показники обсягів роздрібного товарообороту та забезпеченості та ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств Виноградівського району Закарпатської області у 1990-2011 рр. [160; 161; 162; 163, с. 251-259]

Показники	Роки														Темпи зростання/ абсолютні відхилення, %	
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011 до 2005	2011 до 2010
Роздрібний товарооборот, тис. грн	148	17114	50989	72327	81936	111959	142988	186922	186922	230936	302564	305650	412076	494707	264,65	120,05
Роздрібний товарооборот на одиницю населення, грн	1264	145	431	587	696	950	1215	1591	1600	1965	2571	2595	3486	4164	261,72	119,44
Торгова площа, тис. м ²	21,6	27,7	15,4	12,3	11,9	8,9	9,2	8,6	5,9	4,3	4,4	4,3	8,7	8,7	101,16	100
Забезпечення населення торговою площею в розрахунку на 10 тис. осіб, м ² :	1902	2348	1299	1043	1011	755	783	737	502	367	369	364	733	735	99,72	100,27

Підтвердженням цього слід вважати хоча й недостатню, але все ж суттєву інвестиційну активність суб'єктів роздрібної торгівлі (табл. 2.17). Так, на

31.12.2012 р. обсяги прямих іноземних інвестицій у сфері торгівлі Виноградівського району Закарпатської області становили 234,7 тис. дол. США, що було менше, ніж на цей же період 2011 р., але майже повторило обсяги аналогічного періоду 2010 р.

Позаяк, суб'єкти роздрібної торгівлі аналізованого району знизили свою інвестиційну активність у порівнянні з економікою загалом. Так, частка прямих іноземних інвестицій в торгівлі на 1.01.2011 р. становила лише 1,5 %, але станом на 31.12.2012 р. ще зменшилася – до 0,9 % (зменшення становило 0,6 в. п.). Вважаємо ці тенденції негативними, адже без достатніх обсягів інвестування суб'єктам господарювання складно модернізувати власну торгово-технологічну базу та покращити таким чином фінансові аспекти власної конкурентоспроможності, а через них і стійкості.

Таблиця 2.17

Обсяги та частка прямих іноземних інвестицій у роздрібні торговельні підприємства Виноградівського району Закарпатської області
(складено за [63,64])

Види економічної діяльності	На 01.01.2011 р.		На 01.01.2012 р.		На 31.12.2012 р.	
	тис. дол. США	у % до загального підсумку	тис. дол. США	у % до загального підсумку	тис. дол. США	у % до загального підсумку
Усього	22559,1	100	20334,8	100	26155,5	100
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	334,9	1,5	238,0	1,2	234,7	0,9
Промисловість	21689,0	96,1	19536,0	96,0	25328,4	96,8

Результати аналізу основних показників фінансової діяльності підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району дозволяють зробити висновок про не погані, але все ще недостатні результати діяльності. Підприємства відновлюють втрачені фінансові позиції, покращуючи результати господарювання в останні роки.

Для подальших висновків відносно фінансової стійкості та її впливу на конкурентоспроможність підприємств роздрібної торгівлі доцільно перейти до мікрорівневого аналізу. Зауважимо, що традиційно виділяють чотири типи фінансової стійкості: (1) абсолютна, (2) нормальна, (3) передкризова (критична), (4) кризова. Але для їх узагальнення нами використано методику розрахунку узагальнюючого показника фінансової стійкості, запропоновану В. Подольською та О. Ярішем [142].

Розрахунок узагальнюючих показників проведений за даними фінансово-статистичної звітності аналізованих підприємств Виноградівського району Закар-

патської області. Це такі суб'єкти господарювання: Апарат РСС, В. Ком'ятське СТ, Вилоцьке СТ, ТОВ «МТВП», ТОВ «Ринок», СТ «Довіра», «Королівське СТ Фантазія» (підприємства Виноградівської райспоживспілки), ТОВ «ЧЕКОТЕКС», ТОВ «Данко», ТОВ «Джерельце», ТОВ «ЛМ».

Так, за результатами узагальнення показників фінансової стійкості підприємства Апарат РСС (табл. 2.18) виявлено, що це підприємство не має ні довгострокових, ні короткострокових кредитів і позик. Для формування запасів протягом досліджуваних років (2007-2012 рр.) керівництво підприємства використовує тільки власні оборотні кошти, постійно маючи надлишок власного оборотного капіталу для формування запасів. Запас фінансової стійкості цього суб'єкта господарювання перевищував 2 роки у 2012 р. і 4 роки у 2007 р. Абсолютні відхилення фактичних показників фінансової стійкості підприємства у 2012 р. засвідчують, що у підприємства поступово зменшується наявність власних оборотних коштів.

Отже, за результатами розрахунків (табл. Є.1, Додаток Є) є підстави стверджувати, що Апарат РСС протягом 2007-2012 рр. характеризувався абсолютною фінансовою стійкістю (АФС), не залежить від зовнішніх джерел фінансування (причому як короткострокових, так і довгострокових). Апарат РСС є незалежним, фінансова самостійним і мало ризикованим підприємством, але оскільки в динаміці наявні власні оборотні кошти зменшуються, то, на нашу думку, для того, щоб зберегти міцні конкурентні позиції цьому суб'єкту господарювання необхідно використовувати зовнішні позикові джерела. Для того, щоб зменшити фінансові ризики, розмір позик повинен бути оптимальним і споживче підприємство повинно мати наперед складений план дій в тій, чи іншій ситуації.

У табл. 2.19 подані результати аналізу фінансової стійкості як передумови конкурентоспроможності «В. Ком'ятського» споживчого товариства. Так, помітне досить суттєве щорічне зменшення власного оборотного капіталу для фінансування запасів. За показниками можна зробити висновок, що станом на 2012 р. до 2007 р. споживчому товариству не вистачає 279,6 тис. грн. та настала доволі критична ситуація відносно наявності власного оборотного капіталу (який досяг мінусового значення на рівні 21,1 тис. грн).

Запас фінансової стійкості в днях для аналізованого підприємства в деяких роках досягав кварталу (трьох місяців) і перевищував його у 2011 році. Таким чином упродовж 2007-2011 рр. споживче товариство мало абсолютну фінансову стійкість, але у 2012 р. ситуація кардинально змінилася та підприємство перейшло у кризовий фінансовий стан (КФС).

Ця ситуація дає можливість стверджувати, що в ринкових умовах господарювання для підтримки та збереження конкурентоспроможності керівництву підприємства необхідно більше використовувати зовнішні джерела та маркетингової діяльності як важливих компонент конкурентних позицій суб'єктів господарювання.

Таблиця 2.18

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості
Апарат РСС у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007 р.	2011 р.
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	4351,6	3913,3	3700,6	3789,2	3775,2	3594,4	-757,2	-180,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	4351,6	3913,3	3700,6	3789,2	3775,2	3594,4	-757,2	-180,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	4351,6	3913,3	3700,6	3789,2	3775,2	3594,4	-757,2	-180,8
Запаси, Н4	16,1	18,9	16,2	16,2	17	17	0,9	0
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	4335,5	3894,4	3684,4	3769,3	3758,2	3577,4	-758,1	-180,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	4335,5	3894,4	3684,4	3769,3	3758,2	3577,4	-758,1	-180,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	4335,5	3894,4	3684,4	3769,3	3758,2	3577,4	-758,1	-180,8
Запас стійкості фінансового стану, днів	1538,5	1126,7	957,6	886,3	840,8	789,3	-749,2	-51,5
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн запасів, грн	269,3	206,1	227,4	189,4	221,1	210,4	- 58,9	- 10,7
Тип фінансової стійкості	АФС	АФС	АФС	АФС	АФС	АФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності Апарат РСС за 2007-2012 рр.
(Додаток Д 1.1, 1.2)

Таблиця 2.19

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості
«В. Ком'ятське» СТ у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	258,5	220,5	194,3	185,4	289,7	-21,1	-279,6	-310,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	258,5	220,5	194,3	185,4	289,7	-21,1	-279,6	-310,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	258,5	220,5	194,3	185,4	289,7	-21,1	-279,6	-310,8
Запаси, Н4	69,3	65	60,3	28	16,3	13,7	-55,6	-2,6
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	189,2	155,5	134	157,4	273,4	-34,8	-224	-308,2
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	189,2	155,5	134	157,4	273,4	-34,8	-224	-308,2
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	189,2	155,5	134	157,4	273,4	-34,8	-224	-308,2
Запас стійкості фінансового стану, днів	118,2	77,0	58,3	61,5	98,9	-12,1	-130,3	-111,0
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн запасів, грн	2,7	2,4	2,2	5,6	16,8	-2,5	-5,3	-19,3
Тип фінансової стійкості	АФС	АФС	АФС	АФС	АФС	КФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності «В. Ком'ятське» СТ за 2007-2012 рр. (Додаток Д 2.1, 2.2)

Таблиця 2.20

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості
«Вилоцьке» СТ у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007 р.	2011 р.
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	-3	-53,3	-73,9	-71,1	-67	-68,5	-65,5	-1,5
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	-3	-53,3	-73,9	-71,1	-67	-68,5	-65,5	-1,5
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	-3	-53,3	-73,9	-71,1	-67	-68,5	-65,5	-1,5
Запаси, Н4	0	0	0	0	0	0	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	-3	-53,3	-73,9	-71,1	-67	-68,5	-65,5	-1,5
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	-3	-53,3	-73,9	-71,1	-67	-68,5	-65,5	-1,5
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	-3	-53,3	-73,9	-71,1	-67	-68,5	-65,5	-1,5
Запас стійкості фінансового стану, днів	-2,1	-30,5	-31,2	-25,5	-23,8	-22,9	-20,7	0,9
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн запасів, грн	0	0	0	0	0	0	-	-
Тип фінансової стійкості	КФС	КФС	КФС	КФС	КФС	КФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності «Вилоцьке» СТ за 2007-2012 рр. (Додаток Д 3.1, 3.2)

За результатами аналізу фінансової стійкості «Вилоцького» споживчого товариства (табл. 2.20) ідентифіковано кризовий фінансовий стан цього підприємства, причому за увесь аналізований період.

Споживчому товариству у 2007-2012 рр. постійно не вистачало власного оборотного капіталу для фінансування запасів. Вирішити це завдання складно в умовах відсутності короткострокових і довгострокових позик. Але, якщо запасу стійкості фінансового стану у 2007 р. не вистачало 2 дн., то у 2012 р. показник сягнув 23 дн.

Таблиця 2.21

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
«МТВП» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007	2011
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	р.	р.
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	93,9	35,7	25,7	42,7	33	72,8	-21,1	39,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	93,9	35,7	25,7	42,7	33	72,8	-21,1	39,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	93,9	35,7	25,7	42,7	33	72,8	-21,1	39,8
Запаси, Н4	58,2	86,8	90,2	87	76,3	76,3	18,1	0
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	35,7	-51,1	-64,5	-44,3	-43,3	-3,5	-39,2	39,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	35,7	-51,1	-64,5	-44,3	-43,3	-3,5	-39,2	39,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	35,7	-51,1	-64,5	-44,3	-43,3	-3,5	-39,2	39,8
Запас стійкості фінансового стану, днів	24,5	-30,6	-40,3	-25,0	-22,3	-1,6	-26,1	20,7
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн запасів, грн	0,6	-0,6	-0,7	-0,5	-0,6	0,05	-0,66	0,52
Тип фінансової стійкості	АФС	КФС	КФС	КФС	КФС	ПКФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності «МТВП» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 4.1, 4.2)

Вилоцьке СТ не має зовнішніх джерел фінансування, самостійно проводить власну фінансову діяльність, проте протягом останніх шести років все ще характеризується кризовим фінансовим станом. Очевидно, що це погіршує фінансово-економічний механізм конкурентоспроможності цього підприємства і ситуація погіршуватиметься з кожним роком якщо не будуть прийняті адекватні управлінські рішення. Більше того, для підприємства існує загроза банкрутства.

Таблиця 2.22

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
«Ринок» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007	2011
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	р.	р.
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	64,6	44,2	84,9	90,1	153,2	15,5	-49,1	-137,7
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	64,6	44,2	84,9	90,1	153,2	15,5	-49,1	-137,7
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	64,6	44,2	84,9	90,1	153,2	15,5	-49,1	-137,7
Запаси, Н4	4,2	4,1	11,7	10,1	5,2	6	1,8	0,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	60,4	40,1	73,2	80	148	9,5	-50,9	-138,5
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	60,4	40,1	73,2	80	148	9,5	-50,9	-138,5
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	60,4	40,1	73,2	80	148	9,5	-50,9	-138,5
Запас стійкості фінансового стану, днів	37,7	22,1	39,8	55,0	75,6	7,1	-30,6	-68,5
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн запасів, грн	14,4	9,8	6,3	7,9	28,5	1,6	-12,8	-26,9
Тип фінансової стійкості	АФС	АФС	АФС	АФС	АФС	АФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності «Ринок» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 5.1, 5.2)

Дещо вищою фінансовою стійкістю характеризується споживче товариство «МТВП». Як видно з інформації, поданої у табл. 2.21, запаси підприємства формуються тільки за рахунок власного оборотного капіталу. У порівнянні з 2007 р. у 2012 р. власний оборотний капітал цього суб'єкта господарювання знизився на 21,1 тис. грн. Хоча за останній рік і спостерігалася позитивна тенденція до збільшення цього показника (до 39,8 тис. грн) робимо висновок, що підприємство не використовує для фінансування запасів зовнішні джерела фінансування і про це не має абсолютної фінансової стійкості.

Споживче товариство «Ринок» фінансує формування запасів лише з одного джерела – власного оборотного капіталу. Як показано в табл. 2.22, підприємство протягом 2007-2012 рр. мало абсолютну фінансову стійкість, але треба визнати, що величина власного оборотного капіталу все ж була не стабільною. Так, у 2007 р. розмір капіталу складав 64,6 тис. грн, а через рік зменшився до 44,2 тис. грн. Протягом наступних років (2008-2011 рр.) спостерігалася зростання суми власного оборотного капіталу (до 153,2 тис. грн у 2011 р.). У 2012 р. величина власного оборотного капіталу підприємства знизилася до 137,7 тис. грн. відповідно, знизився і запас стійкості фінансового стану (з 75 днів у 2011 році до 7 днів у 2012 р.). Споживчому товариству «Ринок» необхідно слідкувати за розміром власного оборотного капіталу, щоб не втратити своєї абсолютної фінансової стійкості.

Власний оборотний капітал для фінансування запасів використовує і СТ «Довіра» (табл. 2.23).

Проте достатнього розміру власного оборотного капіталу для фінансування запасів підприємство мало тільки у 2007 р. та 2008 р. (50,9 тис. грн. і 35,9 тис. грн відповідно). У ці роки фінансова стійкість підприємства була абсолютною. У 2009-2012 рр. підприємству не вистачало власного оборотного капіталу для формування запасів, а, відтак, відбувся перехід від абсолютної до кризової фінансової стійкості.

Це могло бути обумовлене негативними наслідками фінансово-економічної кризи. Тому потребує удосконалення систем прогнозуванні планування фінансово-економічного стану та конкурентоспроможності задля унеможливлення аналогічних спадів у майбутньому.

Результати розрахунків дозволяють стверджувати про досить не стабільне фінансове становище Королівське СТ Фантазія (табл. 2.24). Протягом всього аналізованого періоду формування запасів товариства здійснювалося тільки за рахунок власного оборотного капіталу.

Проте у 2007 р. спостерігалася його гостра нестача (в сумі 22, 3 тис. грн). Як наслідок, у 2007, 2009 та 2010 рр. підприємство мало критичну фінансову стійкість.

Лише 2008 р. характеризувався надлишком власного оборотного капіталу для формування запасів товариства (на 8,8 тис. грн). У цьому році підприємство мало абсолютну фінансову стійкість, а погіршення ситуації у 2009-2010 рр. було виправлене у 2011-2012 рр., коли у товариства з'явився надлишок власного оборотного капіталу та декілька днів запасу стійкості фінансового стану. Відповідно фінансова стійкість 2011 р. була абсолютною, а 2012 р. – нормальною.

Таблиця 2.23

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
СТ «Довіра» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники							Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
	Роки						2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	50,9	35,9	-20,3	-49	-35,2	-35,7	-86,6	-0,5
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	50,9	35,9	-20,3	-49	-35,2	-35,7	-86,6	-0,5
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	50,9	35,9	-20,3	-49	-35,2	-35,7	-86,6	-0,5
Запаси, Н4	21,6	21,2	18,4	18,4	12,4	12,4	-9,2	0
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	29,3	14,7	-38,7	-67,4	-47,6	-48,1	-77,4	-0,5
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	29,3	14,7	-38,7	-67,4	-47,6	-48,1	-77,4	-0,5
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	29,3	14,7	-38,7	-67,4	-47,6	-48,1	-77,4	-0,5
Запас стійкості фінансового стану, днів	13,1	6,2	-14,3	-21,9	-12,0	-11,8	-24,9	0,3
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн запасів, грн	1,4	0,7	-2,1	-3,7	-3,8	-3,9	-5,2	-0,04
Тип фінансової стійкості	АФС	АФС	КФС	КФС	КФС	КФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності СТ «Довіра» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 6.1, 6.2)

Щодо підприємств роздрібної торгівлі інших форм господарювання, то, як видно з інформації, наведеної у табл. 2.25, ТзОВ «ЧЕКОТЕКС» не вистачає достатніх обсягів власного оборотного капіталу для формування запасів.

У 2007 р. нестача становила аж 466 тис. грн. Позитивно, що до 2012 р. зазначена різниця знизилася на 434 тис. грн. (до 32 тис. грн.). Це відбулося за рахунок використання підприємством короткострокових позик для формування запасів, але все ж не змінило фінансового становища підприємства, яке протягом всього аналізованого періоду залишалося критичним.

Таблиця 2.24

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
«Королівське СТ Фантазія» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	56	128,2	51,2	76,3	58,9	54,1	-1,9	-4,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	56	128,2	51,2	76,3	58,9	54,1	-1,9	-4,8
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	56	128,2	51,2	76,3	58,9	54,1	-1,9	-4,8
Запаси, Н4	78,3	119,4	78,5	79,3	53,5	53,5	-24,8	0
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	-22,3	8,8	-27,3	-3	5,4	0,6	22,9	-4,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	-22,3	8,8	-27,3	-3	5,4	0,6	22,9	-4,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	-22,3	8,8	-27,3	-3	5,4	0,6	22,9	-4,8
Запас стійкості фінансового стану, днів	-68,4	4,36	-11,8	-1,13	1,62	0,17	68,61	-1,44
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн. запасів, грн..	-0,28	0,07	-0,35	-0,04	0,10	0,10	0,3	-0,09
Тип фінансової стійкості	КФС	АФС	КФС	КФС	АФС	НФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності «Королівське СТ Фантазія» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 7.1, 7.2)

Як видно з інформації, відображеної у табл. 2.26, ТОВ «Данко» формує власні запаси тільки за рахунок власного оборотного капіталу, який у 2012 р. збільшився відносно 2007 р. на 298,8 тис. грн. Тільки у 2007 р. у підприємства не вистачало власного оборотного капіталу для формування запасів (у сумі 13,6 тис. грн.).

Таблиця 2.25

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
ТЗОВ «ЧЕКОТЕКС» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	-466	-452	-430,9	-516	-7	-32	434	-25
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	-466	-452	-430,9	-516	-7	-32	434	-25
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	-420	-397	-402,9	-487	18	-8,7	411,3	-26,7
Запаси, Н4	64	121	158	73,9	11	4,3	-59,7	-6,7
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	-530	-573	-588,9	-589,9	-18	-36,3	493,7	-18,3
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	-530	-573	-588,9	-589,9	-18	-36,3	493,7	-18,3
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	-484	-518	-560,9	-560,9	7	-13	471	-20
Запас стійкості фінансового стану, днів	-64,5	-138,5	-123,0	-152,9	4,0	-6,5	57,9	-10,5
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн. запасів, грн.	1,1	1,1	1	1,1	-2,6	2,8	1,7	5,4
Тип фінансової стійкості	КФС	КФС	КФС	КФС	ПКФС	КФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності ТЗОВ «ЧЕКОТЕКС» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 8.1, 8.2)

Тоді його фінансова стійкість характеризувалася як критична.

Фінансова стійкість підприємства протягом 2008-2012 рр. покращувалася. У 2012 р. на 1 грн. запасів підприємство володіло 16,8 грн. надлишку джерел фінансування. Це вважається абсолютною фінансовою стійкістю підприємства.

Таблиця 2.26

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
ТОВ «Данко» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	43,2	104,4	327,4	327,7	344	342	298,8	-2
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	43,2	104,4	327,4	327,7	344	342	298,8	-2
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	43,2	104,4	327,4	327,7	344	342	298,8	-2
Запаси, Н4	56,8	74,3	64,9	59,9	45	19,2	-37,6	-25,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	-13,6	30,1	262,5	267,8	299	322,8	336,4	23,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	-13,6	30,1	262,5	267,8	299	322,8	336,4	23,8
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	-13,6	30,1	262,5	267,8	299	322,8	336,4	23,8
Запас стійкості фінансового стану, днів	-	54,6	336,7	323,3	362,3	396,6	-	34,3
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн. запасів, грн.	-0,2	0,4	4,0	4,5	6,6	16,8	17,1	10,2
Тип фінансової стійкості	КФС	АФС	АФС	АФС	АФС	АФС	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності ТОВ «Данко» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 9.1, 9.2)

ТОВ «Джерельце» хоча і здійснює формування запасів за рахунок власного оборотного капіталу не використовуючи зовнішніх джерел фінансування проте має нестачу власного капіталу для формування запасів (табл. 2.27).

Таблиця 2.27

Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
ТОВ «Джерельце» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	121,4	140	167,3	209,2	171,9	66,8	-54,6	-105,1
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	121,4	140	167,3	209,2	171,9	66,8	-54,6	-105,1
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	121,4	140	167,3	209,2	171,9	66,8	-54,6	-105,1
Запаси, Н4	150,4	230,5	250,9	273,7	188	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	-29	-90,5	-83,6	-64,5	-16,1	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	-29	-90,5	-83,6	-64,5	-16,1	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	-29	-90,5	-83,6	-64,5	-16,1	-	-	-
Запас стійкості фінансового стану, днів	-4,4	-12,0	-8,8	-6,2	-1,5	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн. запасів, грн.	-0,2	-0,4	-0,3	-0,2	-0,1	-	-	-
Тип фінансової стійкості	КФС	КФС	КФС	КФС	КФС	-	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності ТОВ «Джерельце» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 10.1, 10.2)

У 2008 р. нестача коштів цього підприємства досягла більше 90 тис. грн. У цьому ж році запасу стійкості фінансового стану не вистачало аж 12 дн. Хоча ситуація протягом наступних років (2009-2011 рр.) трохи покращилася, запасу стій-

кості фінансового стану не вистачало станом на 2011 р. 1,5 дн., а нестача власного оборотного капіталу досягала 16 тис. грн. Упродовж 2007-2011 рр. підприємство перебувало у кризовій стійкості фінансового стану. Втім у 2012 р. становище ще критичніше погіршилося.

За результатами аналізу фінансової стійкості ТОВ «ЛІМ» (табл. 2.28) робимо висновок, що протягом 2007-2008 рр. підприємству не вистачало власних оборотних коштів для фінансування запасів. У 2007 р. ця сума складала 47,6 тис. грн., а у 2008 р. – 44 тис. грн. У післякризовому 2009 р. керівництву підприємства вдалося забезпечити позитивну динаміку у сфері власних фінансів. Сума оборотних коштів для формування запасів збільшилася до 64,3 тис. грн.

У 2010-2012 рр. сума власних оборотних коштів аналізованого підприємства зростала приблизно на 2 тис. грн. щорічно (становила 66,3 тис. грн., 70,2 тис. грн. та 72,4 тис. грн. відповідно). Аналогічною була ситуація з запасом стійкості фінансового стану у 2007 р., коли ТОВ «ЛІМ» не вистачало 221 дн., а у 2008 р. – 111 дн.

Зауважимо, що стан запасу днів стійкості фінансового стану підприємства змінився протягом 2009-2012 рр., коли його термін збільшився з 57 до 61 дн.

Згідно результатів оцінювання стійкості фінансового стану ТОВ «ЛІМ» (табл. 2.28) підприємство протягом всього аналізованого періоду знаходилося у кризовому фінансовому стані. Критична ситуація була у 2007-2008 рр., коли підприємство мало від'ємне значення власного капіталу (у розмірах 25,9 тис. грн. та 23,9 тис. грн.).

Підприємству не вистачає власного капіталу для фінансування своєї господарської діяльності. При цьому його керівництво не приймає рішень відносно користування кредитними фінансовими ресурсами для фінансування своєї поточної діяльності.

На наш погляд, власникам підприємства необхідно врахувати той факт, що в сучасних умовах господарювання для збереження фінансово-економічних основ конкурентоспроможності потрібно залучати додаткові фінансові ресурси у вигляді кредитних джерел фінансування та розумно їх використовувати.

У таблиці 2.29 наведений порівняльний аналіз результатів оцінювання стійкості фінансового стану аналізованих підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району Закарпатської області у 2007-2012 рр. Звернімо увагу на в загальному дещо кращу фінансову стійкість підприємств споживчої кооперації. Зокрема, Апарат РСС та СТ «Ринок» протягом усього аналізованого періоду мали абсолютну фінансову стійкість, СТ «В. Ком'ятське» мало абсолютний фінансовий стан до 2011 р., СТ «Довіра» мало абсолютний фінансовий стан упродовж 2007-2008 рр.

Натомість підприємства інших форм власності та господарювання – ТзОВ «ЧЕКОТЕКС», ТОВ «Джерельце», ТОВ «ЛІМ» та ін. (крім ТОВ «Данко») стабільно перебували у кризовому стані фінансової стійкості. Встановлено, що суб'єктам господарювання не вистачає наявних власних фінансових ресурсів для обслуговування запасів. Їх діяльність, а отже й конкурентоспроможність, залежні від зовнішніх джерел фінансування та існує загроза банкрутства. Очевидно, що за таких умов може не може йти про міцні конкурентні позиції. Відтак, підприємствам слід удосконалювати передусім засади фінансово-економічного механізму конкурентоспроможності.

Таблиця 2.28

**Узагальнюючі показники фінансової стійкості підприємства
ТОВ «ЛМ» у 2007-2012 рр., тис. грн.¹**

Показники	Роки						Абсолютні відхилення 2012 р. (+,-)	
							2007 р.	2011 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів, Н1	-47,6	-44	64,3	66,3	70,2	72,4	120	2,2
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Н2	-47,6	-44	64,3	66,3	70,2	72,4	120	2,2
Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Н3	-47,6	-44	64,3	66,3	70,2	72,4	120	2,2
Запаси, Н4	39,9	27,2	41,5	38,2	21,3	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу для формування запасів, Е1	-87,5	-71,2	22,8	28,1	48,9	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик для формування запасів, Е2	-87,5	-71,2	22,8	28,1	48,9	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) власного оборотного капіталу, довгострокових, короткострокових кредитів та позик для формування запасів, Е3	-87,5	-71,2	22,8	28,1	48,9	-	-	-
Запас стійкості фінансового стану, днів	-222,6	-111,0	57,3	45,3	61,5	-	-	-
Надлишок (+) нестача (-) джерел фінансування на 1 грн. запасів, грн.	-2,2	-2,6	-2,6	0,7	2,3	-	-	-
Тип фінансової стійкості	КФС	КФС	КФС	КФС	КФС	-	-	-

Джерело: ¹ Узагальнені дані фінансової звітності ТОВ «ЛМ» за 2007-2012 рр. (Додаток Д 11.1, 11.2)

На нашу думку, товариствам споживчої кооперації вдається зберігати кращий тип фінансової стійкості за рахунок досвіду персоналу та кращої матеріально-технічної бази. Але, зробимо висновок, що для збереження і подальшого покращення конкурентоспроможності підприємства повинні залучати фінансові ресурси з різних джерел фінансування, в тому числі із зовнішніх, зменшувати витрати на

запаси і резерви. При низькому рівні фінансування оборотних активів власними оборотними коштами споживчим товариствам потрібно ефективно використовувати кожен грошову одиницю, замовляти в постачальників таку кількість товарів, яку підприємства можуть реалізувати в найближчій перспективі, слідкувати за вчасною оплатою дебіторської заборгованості і самим вчасно погашати кредиторську заборгованість, щоб уникнути слати пені, штрафних санкцій за невчасність розрахунків.

За результатами аналізу показників фінансової стійкості усіх аналізованих підприємств (табл. 2.30, Додаток Ж) встановлено, що у 2012 р. у найбільшій мірі задовільними були такі коефіцієнти: коефіцієнт фінансової незалежності з 11-ти досліджуваних підприємств 10 мали задовільне значення показника (більше 90 %) тільки ТОВ «ЛМ» мало нижче значення показника (66 %), коефіцієнт фінансової стійкості, у 10 підприємств часка стабільних джерел фінансування складає більше 90 %, що свідчить про те, що підприємства розраховують на власні фінансові ресурси.

Значення коефіцієнта фінансової стійкості підвищилося у 2012 році у РТП «СТ Довіра» та РТП «Ринок». У порівнянні з 2010 р. загалом по всіх аналізованих підприємствах покращилися значення таких коефіцієнтів, як коефіцієнти фінансової стійкості та фінансової незалежності. Натомість, погіршилися значення коефіцієнта забезпечення запасів власними оборотними коштами у ТОВ «ЛМ», ТОВ «Джерельце», ТОВ «Чекотекс», РТП «Вилоцьке СТ», РТП «СТ Довіра», РТП «В. Ком'ятське СТ». Також погіршилось значення коефіцієнта маневреності власного капіталу та коефіцієнта інвестування загалом по досліджуваних підприємствах.

Отже, керівникам підприємств потрібно більше уваги приділити ефективному управлінню власними оборотними коштами, коефіцієнту фінансування та концентрації позикового капіталу. Хоч підприємства роздрібної торгівлі Виноградівського району і мають фінансову стійкість та незалежність від зовнішніх джерел фінансування, проте наявність високої фінансової стійкості не гарантує уникнення банкрутства це підтверджують розрахунки проведені в табл. 2.29. Такі фінансово незалежні підприємства, як ТОВ «Джерельце» та ТОВ «ЛМ» на грані банкрутства. РТП «МТВП», «СТ Довіра», «Вилоцьке СТ», ТОВ «Чекотекс» мають критичний стан фінансової стійкості, отже фінансова незалежність від зовнішніх джерел фінансування не забезпечує високого рівня рентабельності, платоспроможності та ліквідності, зростання власного капіталу та достатнього рівня власних оборотних коштів у капіталі. Над цим необхідно задуматися підприємствам, наявність таких додаткових фінансових ресурсів як позикові кредитні ресурси є життєво необхідними в умовах ринкової економіки. Коли для підтримання відповідного рівня конкурентоспроможності підприємствам роздрібної торгівлі необхідно вкладати фінансові ресурси в розвиток та нововведення. Постійно модернізувати не тільки матеріально-технічну базу а й фінансову політику, маркетингові стратегії, кадрову політику, сферу логістики, і тільки за рахунок таких дій удосконалити систему управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності об'єктів роздрібної торгівлі.

Таблиця 2.29

Результати компаративного аналізу стійкості фінансового стану підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району Закарпатської області у 2007-2012 рр.

Підприємство/Роки	ТИПИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ за роками:					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Апарат РСС	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна
«В. Ком'ятське» СТ	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Кризова
«Вилоцьке» СТ	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова
СТ «МТВП»	Абсолютна	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Передкризова
СТ «Ринок»	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна
СТ «Довіра»	Абсолютна	Абсолютна	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова
«Королівське СТ Фантазія»	Кризова	Абсолютна	Кризова	Кризова	Абсолютна	Нормальна
ТзОВ «ЧЕКОТЕКС»	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Передкризова	Кризова
ТОВ «Данко»	Кризова	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна
ТОВ «Джерельце»	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова
ТОВ «ЛІМ»	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова	Кризова

Висновки до розділу 2

1. Підприємства роздрібної торгівлі України розвивається відносно швидкими темпами, спостерігається їх укрупнення і концентрація, збільшення обсягів роздрібного товарообороту (у т. ч. на одного працівника, один м. кв. торгової площі, одиницю наявного населення, торгової площі, обсягів товарних запасів, суми активів та власного капіталу). Але передумови формування фінансово-економічного механізму забезпечення їх конкурентоспроможності залишаються недостатніми. Це доводять низькі фінансова стійкість, ліквідність та платоспроможність, невисокі показники фінансово-економічної ефективності господарювання (доходівіддачі операційних витрат, рентабельності, фінансового результату та прибутку), невисокі оборотність товарних запасів та ресурсна забезпеченість (персоналом, фінансовими ресурсами, товарними запасами у розрахунку на 1 м. кв. торгової площі), значна частка збиткових підприємств.

2. З використанням методу системного аналізу та теоретичного узагальнення доведено, що негативні характеристики реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі є системними, адже спостерігаються за групами показників прибутку і рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості та ліквідності.

3. З використанням уточненої автором методики інтегрального оцінювання конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі визначено міру та напрями впливу кожного із критеріїв конкурентоспроможності на позицію суб'єктів господарювання у конкурентному середовищі. Зокрема, найбільше визначають конкурентоспроможність такі критерії як маркетинговий (рівень важливості – 32,2 %), фінансово-інвестиційний (29,6 %), інтелектуально-кадровий (15,2 %). Встановлено, що підприємствами-лідерами за конкурентними позиціями є РТП «Ринок», ТОВ «Чекотекс», ТОВ «Данко». Для цих підприємств характерний високий рівень забезпеченості маркетингового, фінансово-інвестиційного, логістичного критеріїв конкурентоспроможності. Окремі підприємства (РТП «Апарат РСС», РТП «В. Комятське СТ», РТП «Вилоцьке СТ», РТП «СТ Довіра», РТП «Королівське СТ Фантазія») з високим рівнем матеріально-технічного забезпечення і соціального розвитку знаходилися в зоні ринкових послідовників та аутсайдерів.

4. Фінансова стійкість є головним елементом фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, адже потребує збалансування доходів і витрат, формування та раціонального використання прибутку, власного і залученого капіталу, оптимальної ділової активності та ліквідності. Проте, з використанням методики розрахунку узагальнюючого показника фінансової стійкості встановлено, що для більшості аналізованих підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району Закарпатської області характерний низький фінансовий стан, що негативно позначається на їх конкурентних позиціях. Лише у 27,3 % підприємств фінансова стійкість у 2012 р. була абсолютною, тоді як у 2007 р. – для 45,5 %. Таким чином, встановлено спад фінансової стійкості підприємств роздрібної торгівлі та наявність критичної ситуації за коефіцієнтами маневреності власного капіталу, фінансової стабільності, забезпеченості власними оборотними коштами та забезпеченості запасів власним оборотним капіталом. Керівникам підприємств задля удосконалення фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності слід реалізувати низку організаційно-економічних заходів, спрямованих на покращення цих параметрів фінансової стійкості.

Розділ 3

НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

3.1. Стратегічні пріоритети формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

Кожен суб'єкт господарювання функціонує у відкритому конкурентному середовищі. Відтак, при формуванні і реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності як характеристики здатності перемогати інших економічних агентів, що задовольняють аналогічні потреби споживачів, забезпечуючи капіталізацію, розширене відтворення та більш ефективне використання матеріальних, людських і фінансових ресурсів, об'єктивно має враховувати не лише внутрішні можливості, але й зовнішні обмеження та фактори впливу. Це особливо характерно для роздрібних підприємств, що здійснюють діяльність у районних центрах, малих містах та на сільських територіях, де попит обмежений, а фінансово-економічні можливості горизонтальної чи вертикальної диверсифікації бізнесу – практично відсутні.

Основними суб'єктами відносин у роздрібній торгівлі є покупці і торговельні підприємства-конкуренти, інституції з середовища в якому вони функціонують. Керівництво підприємства, що прагне ефективно займатись комерційною діяльністю, має об'єктивно усвідомлювати бажання і потреби покупців, їх платоспроможність та пропонувати товари і послуги для задоволення потреб. Таким чином проявляється зв'язок між попитом, його задоволенням та життєздатністю підприємств торгівлі. Але вимоги споживачів не статичні. Саме тому необхідно відстежувати виникнення нових потреб, а також способи їх задоволення підприємствами-конкурентами, у т.ч. із застосуванням нових підходів, технологій, способів продажу товарів.

Водночас, конкурентоспроможність є однією з основних характеристик стану сформованості та збалансованості торговельного підприємства як господарської системи мікрорівня, здатної виконувати функції торгівлі, формуючи перспективи стратегічного розвитку та управління фінансово-економічним механізмом забезпечення стійких конкурентних позицій.

Більше того, в сучасних умовах здатність торговельного підприємства забезпечувати власну конкурентоспроможність є важливою передумовою його функціонування і розвитку. Відтак, формування механізму забезпечення конкурентоспроможності актуальне, особливо для локальних підприємств, де розвиток об'єктів роздрібної торгівлі надзвичайно обмежений об'єктивними чинниками та ускладнений.

Додамо, що в сфері роздрібної торгівлі підприємства Виноградівського району Закарпатської області повинні зосереджувати свої зусилля не на одному з факторів конкуренції, а на їх сукупності разом із активним покращенням

організації торгово-технологічного процесу, формуванням раціонального асортименту товарів та системи якості обслуговування покупців.

Процес формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі має реалізуватися поетапно. Передусім важливо вірно встановити стратегічні цілі та пріоритети. Стратегічне планування конкурентоспроможності дозволяє ідентифікувати управлінські рішення, спрямовані на визначення бажаних організаційних і структурних змін, мінімізації впливу зовнішніх факторів невизначеності і ризику задля стратегічної рівноваги між цілями і конкурентними можливостями. Стратегічне планування сприяє адаптації суб'єкта господарювання до зміни умов конкуренції, використанню перспектив захоплення нових сегментів ринку, формування загальної місії фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності.

Відомо, що місія формується, виходячи із можливостей підприємства, та визначає його місце у конкурентному середовищі. Але роздрібна торгівля має свої особливості. Зокрема через більш виразну соціальну роль місія конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району має враховувати як ефективне використання ресурсного і економічного потенціалу задля формування і використання конкурентних переваг, так і вплив на забезпечення соціально-економічного розвитку району їх функціонування, ідентифікації спільного задоволення потреб споживачів, налагодження ефективних коопераційних відносин з суб'єктами бізнес-середовища, покращення співпраці з органами державного управління, прямими та опосередкованими конкурентами (рис. 3.1).

Зазвичай, боротьба роздрібних торговельних підприємств ведеться за максимальне охоплення купівельних фондів населення та розширення товарно-грошових відносин у цільовому ринковому сегменті. Для цього підтримується необхідний рівень лояльності споживача інструментами прийнятних цін, раціонального асортименту та високої якості товарів і торговельних послуг, модернізації торгових технологій, розвитку персоналу та інтеграції бізнес-процесів і функцій торгівлі.

На наступному етапі стратегічного управління формуванням фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможністю роздрібних торговельних підприємств необхідно врахувати умови розвитку споживчого ринку, який в районі функціонування аналізованих підприємств недостатньо привабливий через згадану обмеженість платоспроможного попиту, слабкість розвитку маркетингової інфраструктури, брак кваліфікованих кадрів. Але, з іншої сторони, відомими є т.зв. зовнішній потенціал суб'єктів торгівлі на цих територіях, що реалізують інтереси громадян, забезпечують соціально важливі послуги. Традиційно прерогатива тут відводилася підприємствам, які сформували мережу об'єктів торгівлі у більшості сільських населених пунктах. Цією конкурентоспроможною перевагою підприємствам роздрібної торгівлі Виноградівського району потрібно скористатися.

Хоча попри об'єктивні обмеження і труднощі підприємства роздрібної торгівлі, які функціонують на сільських і менш економічно розвинених територіях, можуть скористатися й можливостями державної підтримки соціально-орієнто-



Рис. 3.1. Напрями формування місії реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району

ваних дій. Державі часто доводиться підтримувати й проекти будівництва транспортно-логістичних об'єктів, державно-приватного залучення капіталу. Іншим, доволі перспективним шляхом нівелювання недоліків, характерних для району господарювання підприємств Виноградівського району, на нашу думку, є кооперативне співробітництво як чинник збільшення обсягів торгових операцій та залучення обмежених ресурсів. Ідентифікація можливостей та подальший розвиток коопераційної співпраці з учасниками конкурентного середовища дозволить полегшити доступ на нові ринки, упровадити нові технології, нарощувати потенціал збільшення обсягів господарської діяльності.

Перспективним напрямом формування конкурентних переваг роздрібних торговельних підприємств визначимо й міжгалузеве співробітництво, реалізація практик якого сприяє просуванню продукції місцевих сільгоспвиробників та переробних підприємств на ринок, забезпеченню населення необхідним асортиментом товарів безпосередньо від виробника. У такому разі для підвищення конкурентоспроможності підприємствам роздрібної торгівлі доцільно розвивати канали прямого постачання товарів за допомогою покращення маркетингової інфраструктури об'єктів торгівлі та досягнення раціонально-доцільної диверсифікованості форм і форматів, особливо позамагазинної торгівлі.

Досягнення мети стратегічного управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі потребує реалізації системи заходів за всіма функціональними складовими конкурентоспроможності – маркетинговою, фінансово-інвестиційною, матеріально-технічною, інтелектуально-кадровою, інноваційною, логістичною та соціальною (рис. 3.2).

Відомо, що забезпечення маркетингової складової фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства значно залежить від міри задоволення потреб населення району діяльності продовольчими та непродовольчими товарами, торговельними послугами, формування та задоволення попиту споживачів на товари і послуги суміжних з торгівлею видами економічної діяльності, а також участі підприємства у розвитку маркетингової інфраструктури цільового ринкового сегменту.

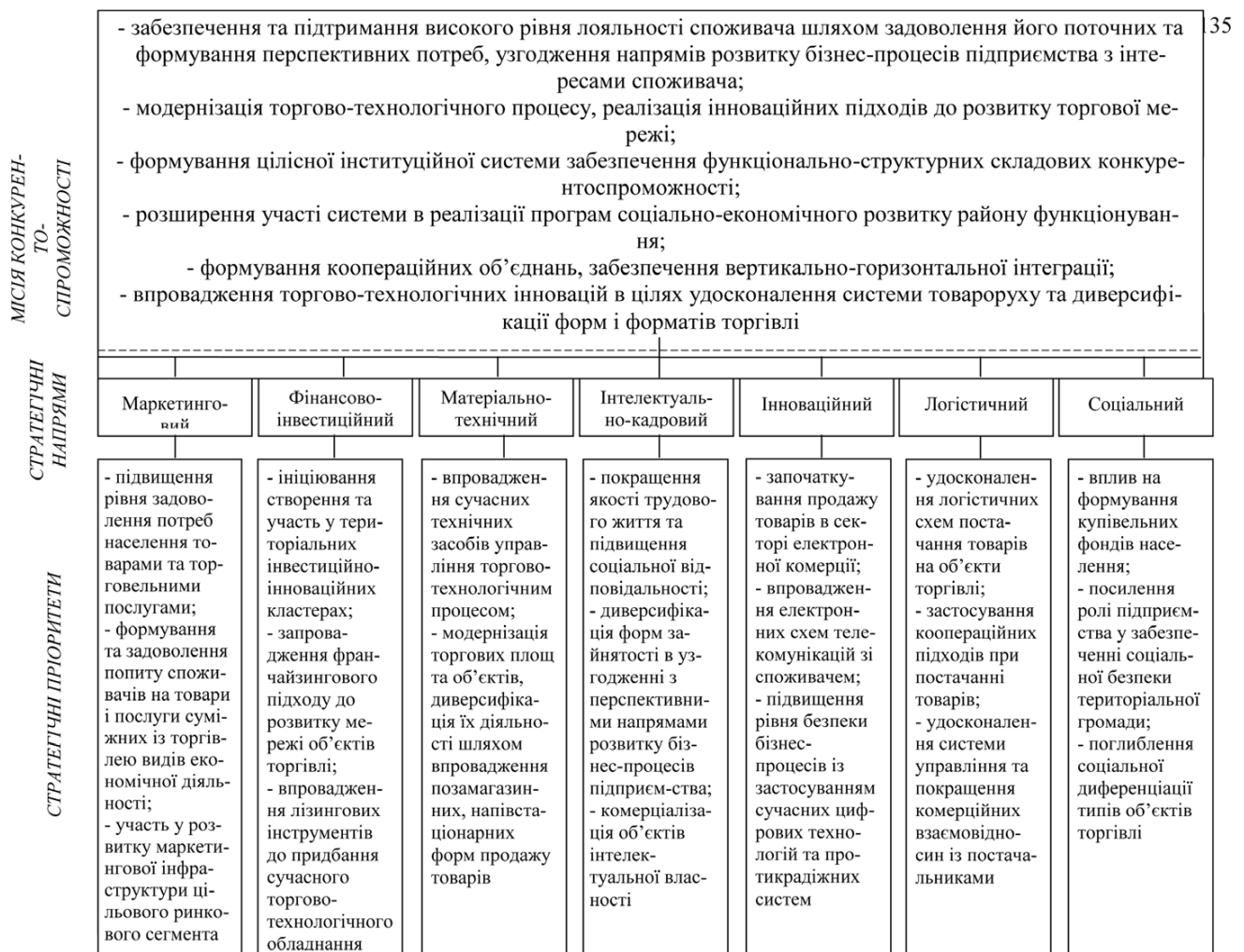


Рис. 3.2. Стратегічні засади реалізації фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств Виноградівського району

До сьогодні така система діяльності, зокрема щодо формування маркетингової інфраструктури підприємствами роздрібною торгівлі практично не велася. Натомість, здійснення заходів, спрямованих на формування і поліпшення іміджу території, її ділової та соціальної конкурентоспроможності, залучення державних та інших зовнішніх по відношенню до території інвестиційних ресурсів, в т.ч. розширення участі у реалізації загальнонаціональних, регіональних програмах, дозволило б істотно «зблизити» підприємства з покупцями, формувати для них нові послуги, розширюючи таким чином місткість ринку та власну частку на ньому.

Доцільно звернути увагу на диференційований підхід до розвитку соціальних типів магазинів: «престижних» у межах міст та «доступних» на периферійних і сільських територіях. При цьому, комерційна діяльність підприємств роздрібною торгівлі може зміщу-

ватися у бік розвитку прямих каналів руху товарів, покращення взаємодії з суб'єктами мережі товароруку та впровадження прогресивних форм організації торгівлі.

Пріоритети та заходи, реалізовувані підприємствами за маркетинговою складовою конкурентоспроможності можна спрямувати на розвиток суміжних із торгівлею видами економічної діяльності. За сучасних умов актуальною є реалізація практики прямого постачання товарів сільгоспвиробників та переробних підприємств споживачеві шляхом організації роздрібних ринків, «ярмарків вихідного дня», виїзної торгівлі. Таким чином, стає можливим скористатися альтернативними каналами продажу товарів і надання послуг.

Звернімо увагу на те, що на локальному рівні підприємства роздрібною торгівлі зіштовхуються з низкою перешкод, у т.ч. низьким рівнем розвитку логістики, системи дистрибуції і оптового посередництва, перенасиченістю маломісткого та низько купівельно-спроможного ринку й надмірною кількістю посередників, слабкими комерційними зв'язками з виробниками і власниками торгових марок та істотним послабленням конкурентних позицій системи кооперації. Відтак, важливою є участь суб'єктів господарювання у підготовці інвестиційних проектів для державних і відомчих структур щодо спільної участі в забезпеченні соціально-економічного розвитку території діяльності, у т.ч. на засадах державно-приватного партнерства, створення спільних фондів розвитку ресурсного та інтелектуально-кадрового забезпечення для системи споживчого ринку.

Додамо, що до стратегічних завдань удосконалення фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі необхідно віднести ініціювання створення та розширення участі у територіальних інвестиційно-інноваційних кластерах. Так, враховуючи фінансову обмеженість підприємств роздрібною торгівлі, перспективним може стати створення спільних фондів розвитку фінансово-інвестиційного та інтелектуально-кадрового забезпечення суб'єктів внутрішнього споживчого ринку. За умови відсутності достатніх ресурсних можливостей серед торговельних підприємств Виноградівського району ці функції має взяти на себе асоціативне об'єднання підприємств. Більше того, такі структури можуть виконувати ширші функції щодо реалізації більш дієвої політики реалізації комерційних інтересів торговельних підприємств своєї системи та ініціювати процеси створення спільних фінансово-інвестиційних та ресурсних фондів. Це дозволить торговельним кооперативним підприємствам сформулювати позитивний імідж соціально відповідальної організації, а також встановити партнерські відносини з суб'єктами зовнішнього інституційного середовища (державними структурами, представниками громадського сектору, підприємствами інших видів економічної діяльності).

Перспективним напрямом розвитку торговельної мережі в умовах браку фінансового забезпечення та високої вартості залучення і обслуговування інвестиційних ресурсів може стати запровадження франчайзингового підходу до розвитку мережі об'єктів торгівлі. Франчайзинг дозволяє створити оптимальні умови для розбудови мережі об'єктів торгівлі без залучення значних обсягів власних фінансових та інтелектуально-кадрових ресурсів. Водночас, кооперативні роздрібні підприємства можуть бути й покупцями франшизи і використовувати вже готову модель бізнесу.

Ми переконані, що характеристики економічного середовища, в якому функціонують підприємства роздрібної торгівлі у Виноградівському районі, а саме – обмеженість купівельних фондів населення, соціально-демографічна та інвестиційна криза, об'єктивно обмежують збільшення обсягів та зростання фінансово-економічних результатів традиційних крамниць і роздрібної торгівлі як такої. Тут потрібний розвиток нових видів та напрямів діяльності. Але їх започаткування має передувати системне впровадження електронних комплексів обліку бізнес-процесів та відносин з покупцями (рис. 3.3). Зауважимо, що технічне удосконалення торгово-технологічного процесу обумовлене труднощами у значній вартості обладнання і фінансових витрат. З огляду на це, актуальним є використання лізингового підходу при модернізації матеріально-технічної та комп'ютерно-інформаційної бази підприємств. Цільовими орієнтирами мають стати впровадження сучасних технічних засобів моніторингу і управління торгово-технологічним процесом покращення технічної забезпеченості торгових площ, приміщень та об'єктів торгівлі, їх диверсифікація шляхом впровадження позамагазинних, напівстаціонарних форм продажу товарів.

Необхідність впровадження сучасних прогресивних технологій, видів і схем обслуговування покупців обумовлене швидким розвитком роздрібної торгівлі, що об'єктивно потребує використання сучасної техніки та управління торгово-технологічними процесами. Так, для започаткування практики обліку відносин з покупцями необхідно виготовити та розповсюдити електронні прибуткові чи бонусні картки.

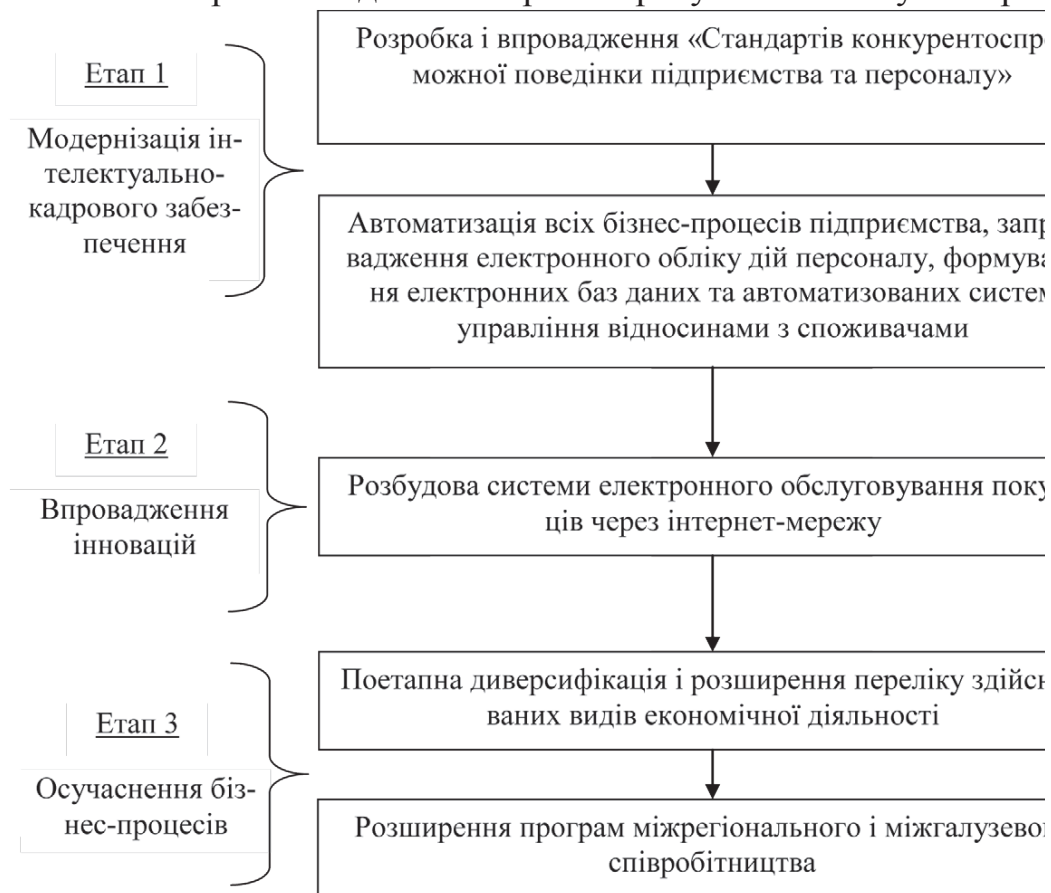


Рис. 3.3. Стратегічна послідовність перетворення підприємств роздрібної торгівлі на конкурентоспроможні комплекси динамічного розвитку в низькопривабливому інвестиційному середовищі

Для прискорення продажу товарів і покращення торговельного обслуговування покупців підприємствам роздрібної торгівлі слід проводити автоматизацію контрольно-касових операцій, застосовувати високопродуктивні і сучасні електронні контрольно-касові машини (POS-термінали, сканери штрих-кодів, зчитувачі інформації магнітних карт). Це дозволить не тільки пришвидшити розрахунки, але й вести їх облік у асортиментному та вартісно-структурному аспектах, контролювати й оцінювати динаміку покупок, вивчати споживчий попит.

Модернізація та автоматизація бізнес-процесів може доновлюватися й впровадженням електронних технологій для налагодження технічного контролю та спостереження за товарними і майновими цінностями, у т.ч. в дистанційному режимі, за безпекою на об'єктах торгівлі.

Відомо, що належна організація торгово-технологічного процесу сприяє підвищенню його ефективності та кращому задоволенню сукупного попиту населення. Відтак, для роздрібних торговельних підприємств важливим є обрання найбільш раціональних методів продажу товарів. На сьогодні більшість підприємств торгівлі Виноградівського району здійснюють продаж товарів через прилавок, що малоефективно і трудовитратно, морально застаріло. Для підвищення ефективності магазинної форми продажу товарів слід використовувати методи самообслуговування з відкритою викладкою і вільним доступом покупців до товарів, що дозволить прискорити операції з їх продажу, збільшити пропускну здатність торгових залів. Це вимагає модернізації матеріально-технічної бази об'єктів торгівлі, покращення техніко-технологічних схем планування торгових залів обслуговування.

Наголосимо, що всі плани та заходи реалізує персонал підприємства. Сфера конкурентоспроможності не виняток. Відтак, ефективність досягнення стратегічних завдань залежить від формування і реалізації інтелектуально-кадрового потенціалу підприємств роздрібної торгівлі. Для цього слід працювати над покращенням якості трудового життя, реалізацією програм соціальної відповідальності та професійно-кваліфікаційного розвитку персоналу, диверсифікацією форм зайнятості в узгодженні з перспективними напрямками розвитку бізнес-процесів підприємства та комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності. Потрібно віднайти резерви підвищення ролі матеріального стимулювання за результати роботи, нарощування фонду заробітної плати і зростання рівня оплати праці. Важливо забезпечувати справедливу винагороду з урахуванням професіоналізму, складності виконання робіт і ступеня відповідальності персоналу. Однак особливості формування статутного і пайового капіталу споживчих товариств дозволяє стимулювати персонал через його участь в управлінні бізнесом. У рамках соціального напрямку забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі потрібно формувати корпоративну культуру колективізму і свідомого ставлення до розвитку і зміцнення конкурентоспроможних позицій підприємства, готовності дотримуватися норм трудової моралі, створення соціально-трудових умов для самореалізації і розвитку особистості. При цьому, важливо із певною періодичністю проводити соціальний контроль, виходячи із соціальних норм та заохочення до нормативної поведінки.

Потрібно звернути увагу на те, що сьогодні як в цілях розвитку, так і цілях формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі не використовується інтелектуальна власність як чинник збільшення суми активів та статутного капіталу, зростання інноваційності торгово-технологічного процесу, доступності страхових і кредитних ресурсів, отримання позареалізаційних доходів, посилення безпеки комерційної діяльності, розширення ринків продажу товарів. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності може слугувати і елементом мотивації для персоналу підприємств за створення і впровадження комерційних позначень, винаходів та раціоналізаторських пропозицій.

Інтелектуально-кадрове забезпечення необхідне підприємствам роздрібною торгівлі й для реалізації програм вертикальної інтеграції бізнесу. Йдеться, наприклад, про відновлення заготівельної діяльності, використання місцевих ресурсів у виробничих цілях (АПК, легка промисловість тощо). Попри додаткове джерело доходу заготівельна діяльність сприятиме кращому задоволенню потреб населення у товарах і послугах, створенню нових робочих місць.

Важливу роль в посиленні конкурентних переваг підприємств роздрібною торгівлі відіграють інновації. Упровадження інновацій сприяє підвищенню ефективності господарювання та укріпленню позиції об'єктів торгівлі. Тут перспективним може стати започаткування продажу товарів в секторі електронної комерції, створення власного інтернет-сайту та відділу інтернет-торгівлі для поступового розвитку системи доставки товарів.

Важливо використовувати електронні схеми телекомунікацій у торгових залах та поза його межами. Потрібно звернути увагу на використання мультимедійних презентацій, інтерактивних стендів та інформаційних кіосків, засобів бездротового зв'язку.

Все більший вплив на ефективність фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі мають відносини із суб'єктами виробничого та логістично-постачальницького сектору. Відтак, в межах логістичної складової конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі до пріоритетів віднесемо удосконалення логістичних схем та застосування коопераційних підходів при постачанні товарів на об'єкти торгівлі, удосконалення системи управління та покращення комерційних взаємовідносин підприємства з постачальниками.

На нашу думку, трансформація логістики постачання товарів повинна враховувати сучасні особливості розвитку товарно-збутової кооперації виробників і підприємств з роздрібного продажу товарів та передбачати розширення прямих каналів руху товарів за рахунок закриття централізованих складів, оптимізацію транспортування товарів (як за рахунок зміни маршрутів, так і за рахунок зниження вартості), оптимізацію товарних запасів. Цьому сприятиме електронний облік товарів та відносин зі споживачами. Це забезпечить скорочення тривалості та трудомісткості поставок товарів від виробника до споживача, зниження рівня логістичних витрат підприємств.

Основою застосування коопераційного підходу при постачанні товарів вважаємо процеси вертикальної інтеграції та диверсифікації всередині системи.

Актуальність цього завдання підтверджує усталена специфіка кооперативної торгівлі, а саме низький рівень інтегрованості її об'єктів у сферу міжсекторального та міжрегіонального співробітництва, віддаленість від логістичних розподільних центрів. Тому посиленню конкурентоспроможних позицій підприємств торгівлі сприятиме консолідація заготівельної діяльності і участь в розвитку оптово-роздрібних баз. Це в поєднанні з заготівельною діяльністю дозволить об'єднанню забезпечити безперебійне постачання товарів у торговельну мережу, уможливить створення і просування спільного бренду, покращення можливостей щодо залучення додаткових внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування.

Окремий стратегічний план необхідний і для покращення комерційних взаємовідносин із постачальниками товарів, що має включати комплекс заходів із формування «портфелю постачальників», проведення постійного моніторингу надійності їх роботи та покращення комерційної сторони співпраці. Конкурентною перевагою підприємства роздрібною торгівлі є налагодження довгострокового співробітництва з постачальниками, які пропонують широкий асортимент якісних і доступних для населення товарів, а ще краще – безпосередньо з виробниками товарів чи власниками торгових марок. Для гарантування ефективного управління комерційними відносинами із постачальниками, на нашу думку, привабливим видається варіант, який передбачає здійснення заходів із «підтримки» постачальника. Йдеться про безоплатне надання складських приміщень, оперативне консультування, формування сприятливого іміджу та надійної ділової репутації. Такі заходи для підприємств торгівлі не потребуватимуть значних фінансових витрат, але дозволять підвищити ефективність використання частини необоротних активів.

Зауважимо, що удосконалення інституційної компоненти конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі сприятиме реалізація соціально-відповідальної поведінки, зокрема внутрішньої і зовнішньої відповідальності підприємства перед трудовим колективом, споживачами, державою, територіальною громадою, партнерами і контрагентами. В контексті соціальної підсистеми конкурентоспроможності керівництву підприємств необхідно посилити вплив на формування купівельних фондів населення та забезпечити соціальну безпеку територіальної громади. Тут слід акумулювати фінансово-економічні ресурси для здійснення соціальних витрат на створення нових робочих місць, поліпшення умов праці та підвищення кваліфікації персоналу. Вважаємо, що на підприємствах доцільно використати організаційно-стратегічний підхід до управління розвитком соціально-трудових відносин. Це дозволить забезпечити реалізацію конкурентних соціальних стратегій та цільових програм з розв'язання завдань соціального захисту персоналу.

Важливо зосередити увагу на удосконаленні системи розподілу доходів у відповідності до внеску в розвиток бізнесу. У цьому напрямі слід стимулювати працівників, що впроваджують нові способи стимулювання попиту населення та продажу товарів.

Узагальнюючи характеристику стратегічних пріоритетів та завдань формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі, зазначимо, що для їх досягнення необхідно об-

рати альтернативні варіанти реалізації стратегії. Вибір альтернативної поведінки покликаний забезпечити реалізацію загальної стратегії в контексті досягнення бажаного результату у сфері конкурентоспроможності, у т.ч. із урахуванням особливостей середовища здійснення діяльності.

На наш погляд, домінантними критеріями диференціації стратегічних підходів до формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності аналізованих роздрібних торговельних підприємств є рівень спеціалізації щодо формату торгівлі та платоспроможності попиту населення у районі діяльності об'єкту торгівлі (рис. 3.4). Обрання дієвої стратегії дозволяє протидіяти конкуренції шляхом застосування більш привабливих альтернативних варіантів розвитку бізнес-процесів.

Суть стратегії глибокого проникнення полягає в тому, що конкурентна перевага підприємства досягається за рахунок використання відмінностей та переваг у якості формування асортименту та управління ним, організації продажу товарів, системи торговельних послуг. Її доцільно обирати для об'єктів роздрібно торгівлі, що розташовані у міських поселеннях, коли підприємство має на меті зосередитись на потребах окремих груп споживачів та не прагне охопити весь ринок. Для досягнення максимального результату важливо, щоб підприємство краще, ніж його конкуренти, задовольняло потреби цільового ринкового сегменту. Відповідно, за обрання цієї стратегії потрібно здійснювати систематичний та постійний аналіз середовища функціонування на предмет виявлення чинників впливу на потреби й виконання вимог цільових груп споживачів.

Рівень диференціації комерційної господарської діяльності підприємства	Спеціалізація	Глибокого проникнення	Сегментованого зміцнення	Імітаційного забезпечення
	Диверсифікація	Конгломеративного розвитку	Концентричного впровадження	Поглибленого розширення
	Інтеграція	Діагонального розширення	Компіляційного забезпечення	Модифікованого зміцнення
		Великий	Середній	Низький
		Рівень платоспроможності попиту населення		

Рис. 3.4. Матриця обрання стратегічних рішень щодо управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможністю об'єктів роздрібних торговельних підприємств

У ситуації, коли роздрібне торговельне підприємство має можливості для ширшого задоволення різних потреб групи споживачів (в рамках одного ринкового сегменту) та розташоване на території з середнім рівнем доходів споживачів, воно може обрати стратегію «сегментованого зміцнення». Цей варіант поведінки дозволяє при зменшенні попиту на окремі групи товарів задовольняти загальні потреби обраної групи споживачів та уникати залежності від одного різновиду товарної спеціалізації. Водночас, має враховуватися ризик можливого звуження цільового сегменту та важливо постійно докладати зусиль для формування і підтримки власного позитивного іміджу.

За необхідності спеціалізації на певному різновиді товару, підприємству роздрібної торгівлі доцільно обрати стратегію «імітаційного забезпечення», яка передбачає здійснення заходів з оптимізації асортименту товарів, звуження його ширини і глибини. Діяльність підприємства зводиться до вивільнення коштів на організацію торгівлі товарами, які швидко обертаються. За таких обставин, підприємство значно зменшує ризик від можливого скорочення групи покупців чи звуження асортиментної структури пропозиції у межах загального ринку.

Стратегія «конгломеративного розвитку» передбачає освоєння продажу нових асортиментних груп товарів, які не співпадають з традиційною спеціалізацією підприємства. Доцільність її обрання зростає по мірі зменшення обсягу ринку, концентрації конкурентів, зростання спеціалізації підприємства на обслуговуванні населення з високим рівнем доходу. Таким чином може освоюватися продаж фармацевтичних товарів, комп'ютерної та офісної техніки, засобів зв'язку тощо.

У випадку, коли об'єкт торгівлі роздрібного торговельного підприємства розташований на території з середнім рівнем доходів споживачів та має намір розвиватись в напрямку формування нової товарної пропозиції є підстави для обрання стратегії «концентричного впровадження», а саме – розширення асортименту т.зв. товарів-додатків до усталеного асортименту. Хоча ця стратегія пов'язана з ризиком надмірного розширення асортименту та отриманням непродуктивних витрат.

У випадку, коли підприємство роздрібної торгівлі розташоване у сільській місцевості та задовольняє потреби традиційних споживачів, воно може обрати для власних об'єктів торгівлі стратегію «поглибленого розширення», яка передбачає формування асортименту за рахунок нових товарів. Так, роздрібні підприємства, пропонуючи шкільне та канцелярське приладдя, можуть започаткувати продаж шкільної форми, учнівських ранців, спортивних костюмів тощо. Таким чином, досягаючи синергетичного ефекту за рахунок освоєння нових ринків, сфер бізнесу та створення зацікавленості в існуючих споживачів.

Роздрібним торговельним підприємствам, які прагнуть зменшити рівень невизначеності в постачанні і продажу товарів, досягти ринкового лідерства чи утримувати конкурентні позиції вже в межах обраного сегменту ринку та поліпшити можливості впровадження технологічних інновацій у бізнес-процеси, доцільно використовувати стратегію інтеграції, а для підприємств, що сформували мережу об'єктів роздрібної торгівлі, розташованих на більш привабливих щодо платоспроможного попиту територіях може обиратися стратегія «діагонального розширення», включно з можливим об'єднанням з підприємствами, які не є

суміжними, але займають важливу позицію в процесі роздрібного продажу товарів. Тобто підприємство має за мету диверсифікувати фінансово-економічні ризики та забезпечити реалізацію нових бізнес-проектів. Актуальними можуть стати договірні об'єднання з приватними фермерськими господарствами (для продажу молокопродуктів домашнього виробництва), страховими компаніями (для страхування комерційних ризиків) та ін.

На нашу думку, у випадку обмежених можливостей значного покращення конкурентних позицій та орієнтованості на обслуговування споживачів з середнім рівнем доходів підприємству доцільно обрати стратегію «компіляційного забезпечення», яка передбачає зміну складу асортименту товарів за принципом комерційної діяльності міні-маркету із цілодобовим режимом роботи. При цьому асортимент товарів має складатись з товарів «імпульсного» попиту.

Для підприємств торгівлі, розташованих у сільській місцевості доцільне обрання стратегії «модифікованого зміцнення», згідно якої здійснюється комплекс маркетингових заходів, спрямованих на впровадження нових способів продажу товарів вже сформованій та усталеній групі споживачів, включно з наданням низки послуг безпосередньо непов'язаних з продажем товарів.

Проте, застосування цих деталізованих підходів до стратегічного управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності має довгостроковий характер, оскільки потребує накопичення достатнього фінансового та ресурсного забезпечення. На початковому етапі керівникам підприємств роздрібної торгівлі варто зорієнтувати діяльність на підсилення конкурентних переваг, передусім, залежно від місця розташування об'єктів торгівлі (рис. 3.5).

Місця розташування об'єктів торгівлі		
Сільські населені пункти та території	Приміська зона	Міські населені пункти
↑ ↓	↑ ↓	↑ ↓
Оптимізації асортиментно-цінових характеристик та диверсифікації послуг	Доступності та швидкості обслуговування, надання додаткових послуг	Спеціалізації та унікальності товарної пропозиції
Стратегічні підходи до забезпечення конкурентоспроможності		

Рис. 3.5. Матриця обрання стратегічних рішень щодо формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності залежно від місця розташування об'єктів роздрібної торгівлі

Тут визначимо три принципових підходи, а саме сільські населені пункти та території, приміські поселення, міські населені пункти. Пропоновані стратегічні рішення можуть бути кінцевим цільовим орієнтиром та реалізовуватись по мірі розвитку об'єктів торгівлі.

Для досягнення мети стратегічного управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі

необхідно усвідомити напрями формування та інструменти реалізації фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності, що є предметом наступного підрозділу дослідження.

3.2. Удосконалення фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі

Об'єктивна необхідність зміцнення конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі викликана рядом загроз, що визначають не на стільки потенціал конкурентних позицій як життєздатність. Вони передусім пов'язані із зростанням динамічності конкурентного середовища, мінливістю соціально-економічного розвитку території функціонування, ускладненням державного нагляду, збільшенням вартості фінансових ресурсів, проявами несправедливої конкуренції та тиску з боку фінансово більш потужних підприємств.

Створення ефективної динамічної системи заходів, здатної протистояти та запобігати загрозам зумовлює необхідність формування і використання ефективного фінансово-економічного механізму посилення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. На нинішній день, механізм зміцнення конкурентоспроможності доцільно трактувати як комплекс інструментів, засобів та заходів, спрямованих на формування і використання конкурентних переваг для підвищення ефективності використання ресурсів підприємства, створення передумов його розвитку, забезпечення постійного доступу до ресурсів та ринків. Для підприємств роздрібно́ї торгівлі механізм конкурентоспроможності дозволяє реалізувати завдання максимально ефективного використання ресурсного і економічного потенціалу, формування конкурентних переваг для досягнення стратегічних цілей господарсько-фінансової діяльності, включно з впливом на соціально-економічний розвиток району функціонування, задоволення потреб споживачів, покращення співпраці з органами державного управління, конкурентами та іншими господарськими структурами. Відтак, простежується як залежність, так і вплив системи стратегічного управління конкурентоспроможністю та фінансово-економічним станом підприємства торгівлі.

У такому разі важливою складовою у системі управління конкурентоспроможністю роздрібних торговельних підприємств є фінансово-економічний механізм із використанням фінансових і економічних методів, інструментів та конкретних заходів, за допомогою яких здійснюється регулювання фінансово-економічних процесів і відносин.

Так, економічна складова механізму зорієнтована на підвищення ефективності використання господарських ресурсів, покращення адаптації суб'єкта господарювання до конкурентного середовища, оптимізацію витрат комерційної діяльності, покращення стимулювання праці, пошук резервів модернізації матеріально-технічної та технологічної бази та ін.

Фінансова складова механізму спрямована на забезпечення достатнього обсягу фінансових ресурсів відповідно до стратегічних цілей розширення конкурентних переваг підприємства, підвищення ефективності використання фінансових

ресурсів, оптимізацію грошових потоків, забезпечення мінімізації фінансового ризику, посилення фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності шляхом використання фінансових важелів, стимулів і санкцій, за допомогою яких відбувається організація та регулювання фінансово-економічних відносин з суб'єктами зовнішнього інституціонального середовища.

Зауважимо, що етимологія фінансово-економічного механізму полягає у реалізації економічних завдань в системі заходів зі зміцнення конкурентоспроможності підприємств, але більшою мірою з застосуванням фінансових інструментів.

Актуальність створення єдиного механізму зі спільними завданнями і принципами обумовлена використанням саме інструментів та заходів реалізації політики забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, адже тільки таким чином він буде дієвим та ефективним. При ідентифікації положень фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності, на нашу думку, необхідно враховувати не лише аспекти фінансово-ресурсного забезпечення та ефективності, але й перспективи розвитку інституціонального співробітництва, можливостей горизонтальної та вертикальної інтеграції, зміни щодо купівельної спроможності населення, товарної спеціалізації та міжгалузевої співпраці, розвиток ринкової та торговельної інфраструктури, появу нових організаційних форм та підходів до комерційної діяльності.

Після розробки положень фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі необхідно впровадити його заходи в господарську практику (рис 3.6). Для цього слід використати фінансово-інституційні інструменти. Логічним продовженням інституціалізації фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності стане реалізація економічно-ресурсних заходів, а саме спрямованих на використання фінансових інструментів і важелів капіталізації підприємств, покращення їх матеріально-технічної бази та структури фінансування капіталу, розвиток власної торговельної інфраструктури. Цей напрям роботи дозволить накопичити фінансово-ресурсне та інвестиційне забезпечення реалізації механізму.

Наступним етапом стане реалізація процесу – здійснення заходів у рамках організаційно-економічних інструментів фінансово-економічного механізму посилення конкурентних позицій роздрібних торговельних підприємств. Тут важливо залучити та спрямувати фінансові ресурси на організаційні зміни в системі управління бізнес-процесами, персоналом, розвитком мережі об'єктів торгівлі задля отримання конкурентних переваг у цій сфері. Заради забезпечення достатніх стимулів для практичної апробації та закріплення фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності в системі управління підприємствами роздрібної торгівлі важливо реалізувати продуману сукупність заходів соціально-мотиваційних інструментів. Позитивним наслідком цього має стати формування і ефективне використання інтелектуально-кадрового потенціалу як інноваційної основи діяльності з посилення конкурентних переваг.

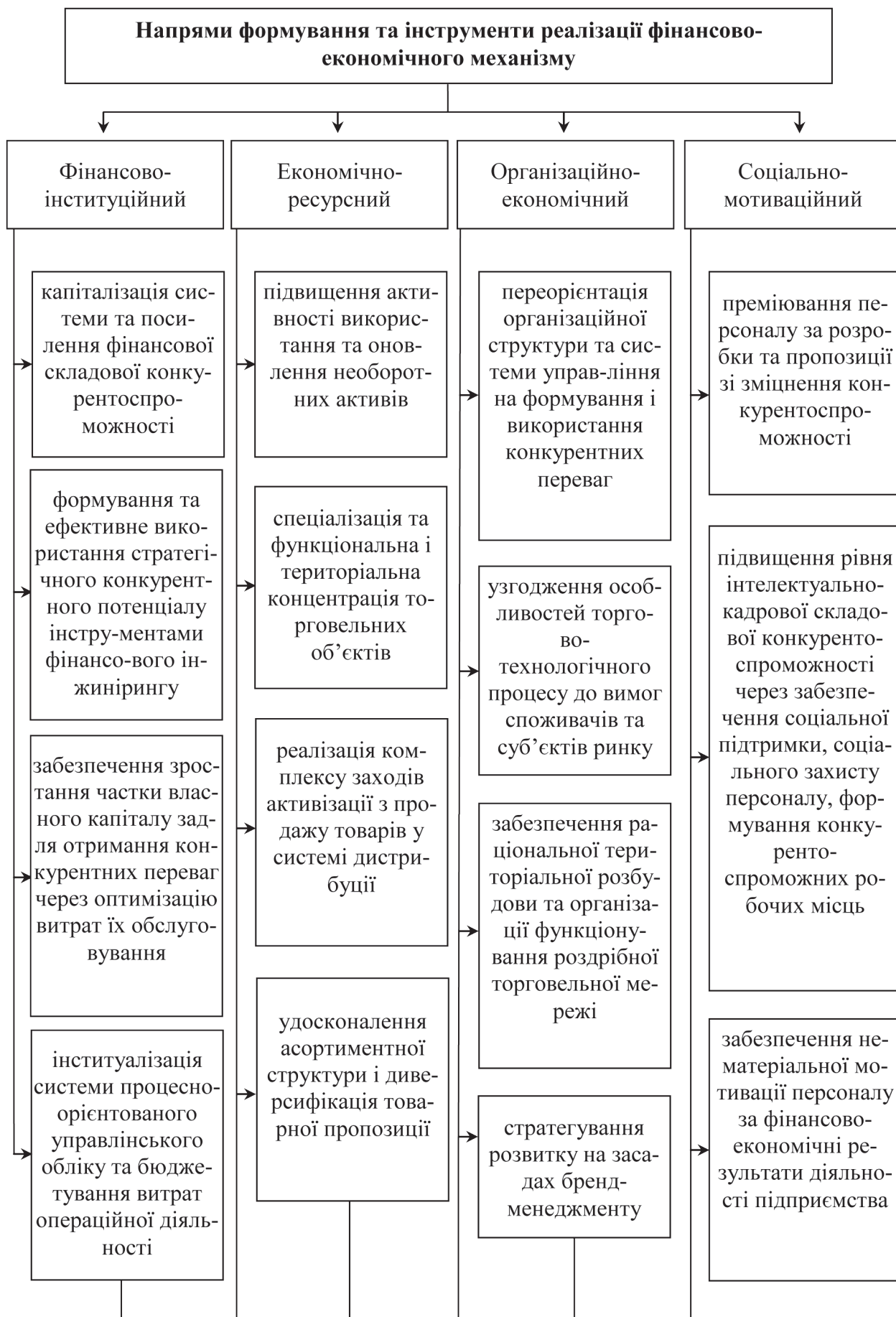


Рис. 3.6. Напрями та інструменти фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібно-торгівлі

Такий підхід поряд із фінансовими та економічними інструментами конкурентоспроможності враховує інституційні, організаційні та соціальні аспекти функціонування суб'єктів торгівлі, які мають вплив в умовах змін. Тому головними заходами в межах фінансово-інституційних інструментів визначимо капіталізацію системи та посилення фінансової складової конкурентоспроможності, формування та ефективне використання стратегічного конкурентного потенціалу інструментами фінансового інжинірингу, забезпечення зростання частки власного капіталу задля отримання конкурентних переваг через оптимізацію витрат їх обслуговування, інституціалізацію системи процесно-орієнтованого управлінського обліку та бюджетування витрат операційної діяльності.

Рівень конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі багато в чому визначається обсягами активів, формування яких відбувається за рахунок інвестованого у них капіталу. За умов нераціонального використання активів, зменшення фондівіддачі, критичного збільшення рівня зносу матеріально-технічної бази, погіршення ефективності використання торгових площ та обладнання, збільшення втрат страхових товарних запасів, суб'єкти господарювання змушені виявляти і вживати заходів, спрямованих на запобігання цим загрозам конкурентоспроможності. Сьогодні такі тенденції притаманні практично всім об'єктам роздрібних торговельних підприємств.

Відтак, капіталізація підприємств є необхідною, оскільки передбачає формування достатнього обсягу капіталу для зменшення впливу внутрішніх та зовнішніх фінансово-економічних, та комерційних ризиків, забезпечуючи передумови для необхідних темпів економічного розвитку в конкурентному середовищі. Це характеризує фінансовий потенціал конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства, що за раціонального використання може стати чинником активізації інвестиційно-інноваційної діяльності та зростання ділової активності в цілому.

У цьому проявляється й важливість ролі фінансової складової конкурентоспроможності, спрямованої на оптимізацію розподілу сформованого капіталу за напрямками і елементами торговельної діяльності, використання, оптимізацію оборотного капіталу, забезпечення своєчасного реінвестування. Ці завдання можна вирішити шляхом ефективного управління грошовими потоками в процесі проходження етапів торговельно-технологічного процесу, впровадження технічних, організаційних та інших нововведень, розробки системи заходів щодо залучення необхідних коштів із внутрішніх (працівники, пайовики) та зовнішніх (населення, участь у спільних проектах) джерел. Зазначимо, що у зв'язку із постійними змінами параметрів господарської діяльності, ряд напрямів та форм використання капіталу не забезпечують достатній рівень конкурентоспроможності торговельних об'єктів. Відтак, важливу роль займає процес реінвестування капіталу в прибуткові активи та операції, який дозволяє підвищити і підтримувати необхідний рівень здатності суб'єкта торгівлі витримувати конкуренцію у цільовому ринковому сегменті. Позаяк, керівництву підприємства спершу необхідно провести оцінювання поточного забезпечення капіталом та можливостей щодо ефективного його використання за окремими видами та напрямками торговельної діяльності і господарськими операціями.

Конкурентоспроможність підприємств роздрібно́ї торгівлі залежить від формування та ефективного використання стратегічного конкурентного потенціалу, під яким розуміють сукупність збалансованих стратегічних ресурсів, ключових компетенцій та основних знань, обсяг яких забезпечує досягнення місії конкурентоспроможності. Але використання та нарощування конкурентного потенціалу у довгостроковій перспективі також потребує застосування фінансово-інституційних інструментів та технологій, нових підходів до вирішення фінансових проблем з управління ризиками, зростання ринкової вартості об'єктів торгівлі і ефективності усіх бізнес-процесів. Сюди відносять такі інструменти фінансового інжинірингу як вкладення капіталу в статутний фонд підприємств-партнерів (конкурентів), відкриття депозитних рахунків, впровадження інвестиційної діяльності на фондовому ринку та ін. Відмітимо, що застосування цих фінансово-інституційних інструментів є достатньо новим підходом та потребує детального вивчення можливостей впровадження інструментів фінансового інжинірингу, встановлення форм конкурентного впливу на дії суб'єктів ринку, забезпечення стабільного формування власного операційного прибутку, генерування тимчасово вільних грошових коштів, захисту інвестиційної діяльності за умов поширення недобросовісної конкуренції.

Для зміцнення конкурентоспроможності підприємствам слід забезпечити зростання частки власного капіталу та мінімізувати комерційний і фінансовий ризики, пов'язані з його використанням. На нашу думку, це можна досягти шляхом залучення коштів із внутрішніх резервів, формування пайового капіталу, залучення коштів державного і місцевого бюджетів, завдяки участі у бюджетних проєктах, отримання фінансової допомоги від неурядових організацій і інститутів, використання ефективних форм зовнішнього і внутрішнього страхування та ін.

Водночас, отримання конкурентних переваг через підвищення рівня доходності капіталу можливе за рахунок оптимізації витрат їх обслуговування, у т.ч. шляхом перерозподілу ризиків серед постачальників товарів, учасників лізингових та факторингових операцій, формування цільових резервних фондів (фонд уцінки товарів, фонд страхування цінового ризику, довірчий фонд) та страхових запасів матеріальних і фінансових ресурсів за окремими елементами оборотних активів, диверсифікації кредитного портфелю та ін. Крім того, в сфері торгового менеджменту підприємствам доцільно започаткувати процес впровадження фінансового контролінгу, функціями якого, окрім внутрішнього фінансового контролю, є участь у формуванні та реалізації основних управлінських рішень. У будь-якому випадку, для оптимізації витрат на покращення конкурентних позицій керівництво підприємства повинно організовувати періодичні перевірки із виконання усіх управлінських рішень в частині фінансово-інвестиційної та комерційної діяльності.

Одним із головних завдань реалізації фінансово-інституційних інструментів зміцнення конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі є створення адекватної інформаційної системи прийняття стратегічних управлінських рішень. Це потребує, замість традиційних способів спостереження та документування

господарських операцій, впровадження системи процесно-орієнтованого управління обліку на основі використання інституційного підходу до бюджетування фінансових результатів діяльності з покращення конкурентних позицій підприємств. У зв'язку з цим, на роздрібних торговельних підприємствах необхідно повністю автоматизувати обробку обліково-аналітичних процесів, налагодити електронний документообіг, дистанційно забезпечити передавання обліково-аналітичної інформації. Запровадження технологій радіочастотної ідентифікації товарів та автоматизація обліку й аналізу їх руху дозволить істотно зменшити трудомісткість обліково-аналітичних робіт, підвищити рівень економії фонду оплати праці, зменшити втрати товарів, залучати в централізованому порядку територіально віддалені підрозділи підприємства чи сторонні інституції до облікового процесу та покращити якість торговельного обслуговування населення.

Попри те, основним критерієм системи процесно-орієнтованого управлінського обліку є розмір об'єктів торгівлі. Так, застосування прогресивних методів обробки обліково-аналітичних даних доцільно здійснювати на середніх та великих об'єктах торговельної мережі.

В якості об'єктів бюджетування визначимо окремі активи, як технічні компоненти, програмне забезпечення, а також витрати, пов'язані із монтажними й організаційними роботами (капітальні витрати) та витрати поточного обслуговування системи обліку (операційні витрати). Це дозволить уникнути необхідності фіктивного розподілу вартості технічно-програмного забезпечення між основними засобами та нематеріальними активами та в повній мірі формувати інформаційну базу аналізу і прийняття управлінських рішень.

Формування та реалізація економічно-ресурсних інструментів фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності підприємств роздрібно торгівлі спрямоване на підвищення активності використання та оновлення необоротних активів, спеціалізацію та функціональну і територіальну концентрацію торговельних об'єктів, реалізацію комплексу заходів з активізації продажу товарів у системі дистрибуції, удосконалення асортиментної структури і диверсифікацію товарної пропозиції.

Наголосимо, що тут передусім аналізованим підприємствам роздрібно торгівлі необхідно забезпечити ефективне і раціональне використання складських приміщень, торгової площі та матеріально-технічної бази. Керівники суб'єктів господарювання мають визначитися із загальною потребою в оновленні необоротних активів за їх видами і формами відтворення. При цьому заходи із підвищення активності використання необоротних активів доцільно зорієнтувати на зменшення потреби їх фінансування. На нашу думку, в умовах відставання від конкурентів за рівнем техніко-технологічного забезпечення та наявними вартості фінансовими ресурсами, керівництву підприємств слід визначитись з переліком об'єктів торгівлі, які доцільно перепрофілювати, що в майбутньому дозволить збільшити ринкову вартість підприємства за рахунок отримання додаткових джерел доходу і прибутку, значно зекономити операційні витрати, зменшити ризик істотного сповільнення ділової активності втрати фінансової стійкості та ліквідності, спростити доступ до фінансових ресурсів.

В умовах обмеженого платоспроможного попиту підприємствам роздрібної торгівлі слід акцентувати економічну роботу щодо активізації залучення коштів трудових мігрантів у формі інвестиційних ресурсів. Для цього необхідно ініціювати створення кредитних спілок із залученням коштів трудових мігрантів, у т.ч. налагодження співпраці з релігійними громадами, розробити та розпочати реалізацію регіональних програм створення малих підприємств (пропонуючи безкоштовну оренду) та асоціації трудових мігрантів території функціонування для акумулювання фінансових ресурсів, забезпечити скоординовану діяльність з державними органами влади у контексті реалізації регіональних інвестиційних проектів, зокрема щодо формування маркетингової інфраструктури, організувати центр допомоги для надання юридичної і консультаційної допомоги.

Трансформація конкурентного середовища, поглиблення ринкових процесів, розширення масштабів товарно-грошових відносин вимагають раціональної побудови роздрібної торгової мережі задля осучаснення системи обслуговування населення. У такому контексті особливо актуальними стають питання вирішення завдань спеціалізації, функціональної і територіальної концентрації торговельних об'єктів з метою посилення їх конкурентних позицій та підвищення соціально-економічної ефективності функціонування мережі в цілому. Так, зміцнення конкурентоспроможності об'єктів роздрібної мережі може відбуватися за напрямками як: (1) розвиток мережі магазинів зі змішаним асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів повсякденного попиту; (2) створення диверсифікованих об'єктів торгівлі типу крамниця-бар, крамниця-заготпункт; (3) концентрація у малих та віддалених селах магазинів з продажу товарів повсякденного попиту через дрібнороздрібну, пересувну мережу та інші позамагазинні форми торгівлі (торгівлю за попередніми замовленням, роздрібну посилкову торгівлю, пересувні ярмарки); (4) концентрація у великих населених пунктах спеціалізованих магазинів з продажу продовольчих і непродовольчих товарів складного асортименту і довготривалого користування (наприклад магазини з продажу овочів і фруктів, кондитерських виробів, кулінарних виробів і напівфабрикатів, молока і молочних продуктів).

Поряд із заходами концентрації і спеціалізації, для зростання конкурентного статусу підприємствам доцільно створити багатопрофільні і комбіновані торговельно-сервісні об'єкти за рахунок використання діючих об'єктів та більш ефективного використання торгових площ. Так, окрім своєї основної функції – продажу товарів, завданнями таких багатопрофільних кооперативних магазинів буде приймання сільськогосподарської продукції та вторинної сировини від населення і фермерських господарств, отримання замовлень на послуги населенню та на виробництво невеликих партій товарів кооперативними підприємствами, комісійна торгівля, продаж з відтермінуванням платежу, торгівля на замовлення товарами складно-технічного асортименту.

Додамо, що комбіновані об'єкти роздрібної торгівлі можуть виконувати функції пунктів зворотного зв'язку з покупцями та інвесторами підприємств, виявлення їх попиту і пропозиції, збільшення пропозиції товарів-субститутів, оцінювання негативних дій суб'єктів ринку, накопичення товарів сезонного попиту. Все це

дозволить удосконалити асортиментну структуру та забезпечити диверсифікацію товарів об'єктів роздрібної мережі, підтверджуючи наявність залежності економічних заходів і маркетингової складової конкурентоспроможності.

Більше того, підприємства повинні активно впроваджувати нові підходи до посилення конкурентних переваг та розвитку торговельної мережі, зокрема реалізувати комплекс заходів із активізації продажу товарів у системі дистрибуції. Таким чином об'єкти роздрібної мережі виконуватимуть функції торговельного посередника, який на договірних засадах здійснюватиме логістичну, комерційну, маркетингову діяльність з просування товарів із сфери виробництва до сфери споживання.

Особливий інтерес представляє логістична складова конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств, яка залежить від організаційної структури (створення відокремлених спеціалізованих підрозділів, відповідальних за дистрибуційні процеси), рівня кваліфікації керівників служб, відповідальних за дистрибуцію, діяльності торгово-оперативного персоналу (механізму мотивації персоналу щодо застосування комплексу заходів із активізації продажу товарів). Попри те, активізація продажу товарів у системі дистрибуції передбачає покращення ритмічності постачання товарів, створення необхідних страхових товарних запасів, підвищення якості торговельного обслуговування населення, зменшення обсягів втрат чи псування товарів у процесі їх транспортування, оптимізацію процесів розвантажувально-навантажувальних робіт, збільшення кількості товарів, що відповідають якості та стандартам, оптимізацію рівнів трансакційних і витрат обігу.

Участь суб'єктів торгівлі Виноградівського району у системі дистрибуції повинна бути спрямована на задоволення потреб населення, особливо членів кооперативів, в продуктах харчування і товарах народного споживання, насичення регіонального ринку високоякісними та доступними товарами, виробленими підприємствами та організаціями, розташованими на локальній території. Це дозволить привернути уваги потенційних покупців до товарів кооперативних виробничих підприємств, підвищити таким чином попит на них та покращити власні можливості до конкурентної боротьби, зміцнити імідж кооперативних підприємств роздрібної торгівлі та вищу соціально-суспільну значимість в порівнянні із підприємствами-конкурентами.

Головне завдання формування і використання фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі є створення умов для ефективної реалізації інтелектуально-кадрового потенціалу, підвищення ефективності управління фінансово-економічним станом, адаптація характеристик діяльності до зміни умов конкурентного середовища, покращення торгово-технологічного процесу. Така діяльність може стосуватися переорієнтації організаційної структури та системи управління на зміцнення ринкових конкурентних переваг, узгодження особливостей торговельно-технологічного процесу до вимог споживачів та суб'єктів ринку, забезпечення раціональної територіальної організації роздрібної торговельної мережі, стратегування розвитку на засадах бренд-менеджменту.

Сьогодні виникають нові вимоги до побудови раціональної структури управління перед кооперативною системою, особливо у сфері роздрібної торгівлі, які висуває конкурентне середовище та суспільство в цілому. На нашу думку, головними пріоритетами переорієнтації організаційної структури та системи управління підприємствами роздрібної торгівлі слід вважати: відновлення ролі пайовиків у процесі управління та контролю, забезпечення їх незалежності та економічної участі; перехід до професійного управління (удосконалення системи фахового торгового менеджменту); оптимізація керованості та структури персоналу; підвищення рівня укомплектованості та кваліфікації, стабільності персоналу; удосконалення інформаційно-методичного забезпечення стратегічного управління. При цьому важливо враховувати об'єктивний характер соціально-господарської практики управління системою – асоціативним об'єднанням підприємств в цілому – оптимальне поєднання централізації та децентралізації, державного регулювання і самоуправління – зосередження підприємств на функціях з реалізації кооперативної політики та надання підтримки організаціям і підприємствам системи.

Як вже зазначалось, з метою удосконалення організаційно-економічного процесу продажу товарів підприємствам роздрібної торгівлі необхідно (1) впроваджувати прогресивні методи продажу товарів і обслуговування покупців, (2) сформувати оптимальний розмір демонстраційної та установочної площі, забезпечуючи викладку товарів у торговій залі у зручному для покупців вигляді, (3) застосовувати сучасне торговельно-технологічне обладнання для оперативності розрахунково-касового обслуговування і мінімізації часових витрат, (4) надавати додаткові торговельні послуги населенню, (5) активно використовувати традиційні методи стимулювання продажу товарів, (6) застосовувати необхідні засоби інформування покупців у магазині.

Проте, сьогодні значно знизився рівень участі підприємств у торговельно-му обслуговуванні населення, в т.ч. і сільського. У такому разі, зміцнення конкурентних позицій об'єктів кооперативної роздрібної торговельної мережі слід пов'язувати із забезпеченням її раціональної територіальної організації. Але розуміємо, що конкурентоспроможність роздрібних торговельних підприємств у сільській місцевості залежить також від оптимального використання торговельних і прилеглих до них площ. Для цього необхідно проводити їх перерозподіл з урахуванням рекомендованих нормативів, тимчасово відмовитись від спеціалізації як продовольчої, так і непродовольчої мережі (усунути нераціональне розосередження непродовольчих товарів складного асортименту), активізувати продаж товарів за методом самообслуговування, створити мережу магазинів-складів для надання населенню послуг виробничого характеру.

Більше того, торговельна мережа, на нашу думку, повинна інтенсивними темпами розвиватись вздовж шляхів транспортного сполучення, вузлових станцій, в туристичних і рекреаційних зонах. Особливу значимість у цих умовах набуває інноваційна складова конкурентоспроможності, що і обумовлює об'єктивну необхідність впровадження концепції бренд-менеджменту в діяльності кооперативних роздрібних торговельних підприємств. Така концепція передбачає використання цінових та нецінових методів конкуренції із використанням продажу товарів кра-

щої якості за стандартною ціною чи нових товарів із меншою націнкою, збільшення терміну гарантійного обслуговування, надання покупцям кредиту на придбання товарів та інших пільг, використання дисконтних та накопичувальних карток (розрахункових, схем лояльності покупців, змішаних схем), проведення «акцій-розпродажу», використання прийомів бенчмаркінгу.

З розвитком споживчого ринку все більшого значення набуває нецінова конкуренція, суб'єкти господарської діяльності в межах якої можуть використовувати такі інструменти бренд-менеджменту як продаж принципово нових товарів, розширення сфери післяпродажного обслуговування, вибір засобів реклами та її організація, розширення кількості додаткових послуг в процесі продажу товарів, гарантування постачання товарів у визначений час (з урахуванням сезонності).

Для підсилення дієвості політики забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі в рамках соціально-мотиваційних інструментів доцільно реалізувати заходи з преміювання персоналу за розробки та пропозиції зі зміцнення конкурентоспроможності, підвищення рівня кадрової складової конкурентоспроможності через забезпечення соціальної підтримки, соціального захисту персоналу, формування конкурентоспроможних робочих місць, забезпечення нематеріальної мотивації працівників.

На роздрібних торговельних підприємствах можуть використовуватись різні форми посилення трудової мотивації персоналу. Так, за сучасних умов актуальною є реалізація практики преміювання персоналу за розробки та пропозиції щодо зростання обсягів продажу товарів, підвищення рівня торговельного обслуговування населення, економії ресурсів, зменшення втрат робочого часу і підвищення продуктивності праці. Це передбачає використання таких інструментів матеріального стимулювання як індивідуальні комісійні з обсягу товарообороту, премія за внесок у загальний прибуток, система пайової участі в прибутку, надання нових функцій, що передбачає відповідне зростання заробітної плати, підвищення за посадою з більш високою заробітною платою. На нашу думку, концептуальними напрямками управління торговим персоналом підприємств у контексті збільшення обсягу конкурентних переваг слід вважати політику підготовки і підвищення кваліфікації персоналу, зокрема у вищих навчальних закладах споживчої кооперації, та стимулювання особистих успіхів у праці з урахуванням участі у кооперуванні населення.

Сьогодні все більшій популярності набуває практика нематеріальної мотивації персоналу, характерними ознаками якої є залучення працівників до процесу управління, створення сприятливого психологічного клімату в трудовому колективі, регулювання робочого часу, кар'єрний ріст, визнання та нагородження за заслуги. На нашу думку, роздрібним торговельним підприємствам слід започаткувати практику здійснення таких заходів, особливо із урахуванням результатів періодичної атестації працівників щодо стану та динаміки розвитку їх інтелектуального та трудового потенціалу. Проте формування ефективного фінансово-економічного механізму зміцнення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі вимагає заздалегідь розробки чіткого плану щодо його реалізації та забезпечення (рис. 3.7).

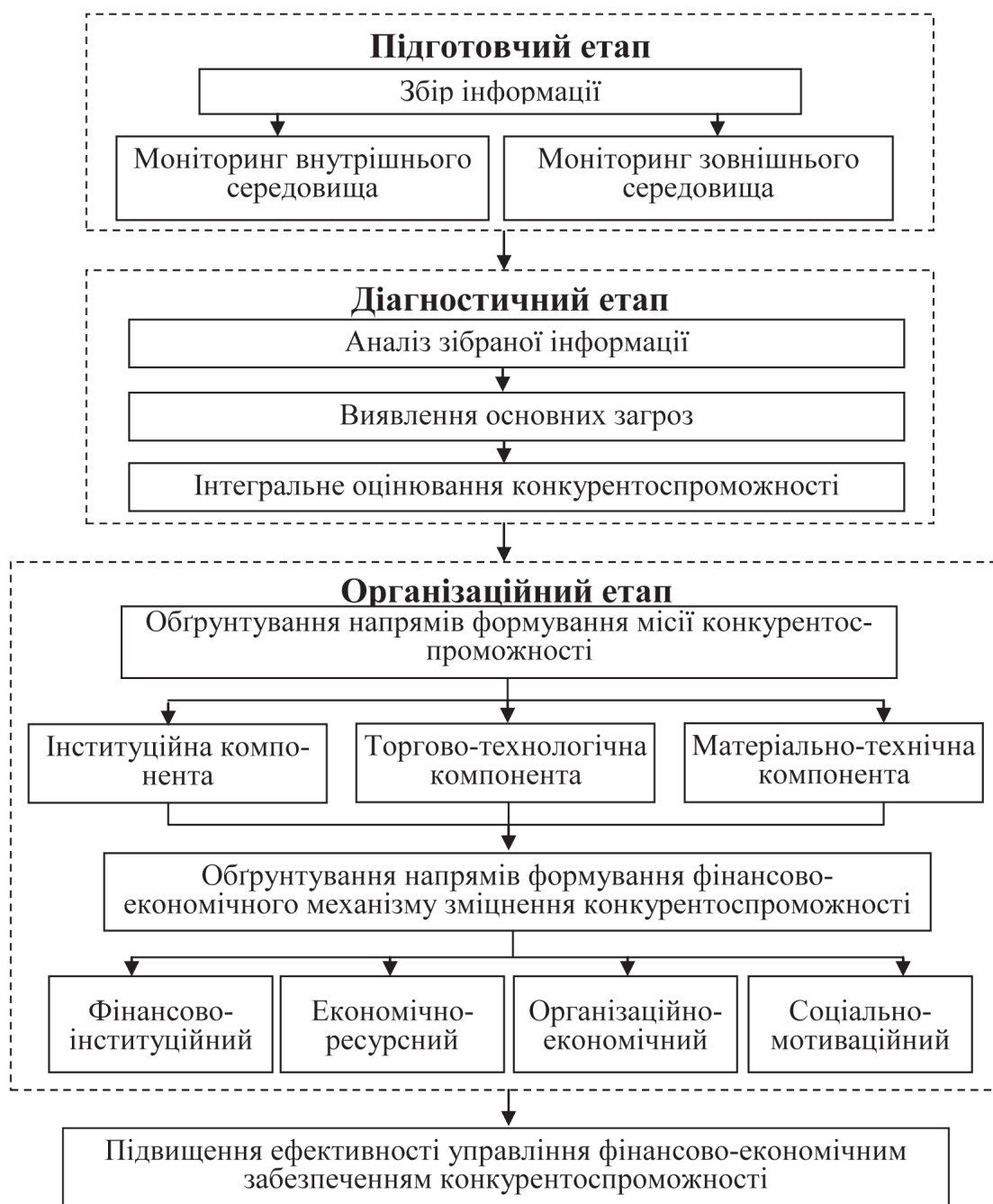


Рис. 3.7. Етапи процесу формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі

Не менш важливими вважаємо заходи, метою яких є створення умов для формування і ефективного використання інтелектуально-кадрової складової конкурентоспроможності, зокрема запровадження відрядних форм оплати праці, підвищення рівня соціального захисту і соціальних гарантій, покращення умов розвитку системи соціального страхування та пенсійного забезпечення, вдосконалення системи зв'язків всередині трудового колективу, з профспілковими організаціями, роботодавцями та державою; підвищення рівня взаємодопомоги, моральних та етичних норм, трудової дисципліни, формування конкурентоспроможних робочих місць.

При цьому, важливо враховувати такі функції фінансово-економічного механізму як інтеграційну (розширення кола контрагентів та виявлення прихованих

резервів конкурентоспроможного розвитку), динамічну (пошук альтернативних джерел забезпечення конкурентних переваг), регулювальну (структуризація стимулів та основних стратегічних напрямів, враховуючи формування та ефективне використання конкурентного потенціалу), захисну (уникнення ризиків внаслідок негативних дій суб'єктів конкурентного середовища), соціальну (посилення економічної інтегрованості суб'єктів соціально-трудових відносин усіх рівнів, виходячи з стратегічних пріоритетів формування і зміцнення конкурентоспроможності).

Відтак, для досягнення мети та вирішення завдань реалізації фінансово-економічних інструментів і заходів із зміцнення конкурентних позицій необхідно удосконалити систему управління фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.

3.3. Підвищення ефективності управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі

Успіх економічних та організаційних перетворень торговельних підприємств, зокрема у напрямі формування міцніших конкурентних позицій, багато в чому залежить від удосконалення методів управління їх діяльністю. Передусім це стосується одного з найбільш важливих напрямів діяльності – фінансово-економічного забезпечення. Від цієї функціональної складової, як і від умілого використання фінансово-економічних інструментів, в значній мірі залежить успішне та тривале функціонування торговельного підприємства, перспективи його розвитку. Зрозуміло, що управління підприємством повинно бути ефективним, спрямованим на забезпечення фінансової стійкості та інвестиційної привабливості, а через них і конкурентоспроможності. Управління фінансово-економічним забезпеченням доцільно розглядати як один з головних процесів загальної системи менеджменту роздрібного торговельного підприємства, який здійснюється через взаємодію ланок управлінського механізму і дозволяє реалізовувати поставлені завдання та досягати бажаної мети.

На досліджуваних підприємствах Виноградівського району управлінські рішення стосовно фінансування приймаються безпосередньо керівником і його заступником з фінансових питань, наявність якого у штатному розписі передбачається залежністю від масштабності підприємства та обсягів його діяльності. Відповідно, ці особи є також суб'єктами управління фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності підприємства.

Досягнення цілей фінансового менеджменту в управлінні фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі потребує конкретизації завдань. До їх переліку, на наш погляд, необхідно віднести максимізацію прибутку, оптимізацію структури капіталу, зміцнення фінансової стійкості, забезпечення інвестиційної привабливості, створення ефективного механізму управління бізнес-процесами, використання ринкових механізмів залучення фінансових ресурсів, формування дієвого механізму управління фінансово-економічним забезпеченням на основі діагностики фінансового стану, планування і прогнозування руху капіталу, доходів і витрат. Діяльність в аналізованій сфері має спрямовуватися на покращення цих параметрів та їх зростання в порівнянні з прямими конкурентами.

Наведені завдання у своїй суті віддзеркалюють зміст управління фінансово-економічним забезпеченням в контексті зміцнення конкурентоспроможності підприємств торгівлі, у якому керівництву досліджуваних підприємств слід вбачати три логічно взаємопов'язані складові:

- розробку оптимальних стратегій управління фінансово-економічними ресурсами підприємства, які забезпечать вищу прибутковість в порівнянні з поточною та з показниками головних конкурентів при допустимих економічних ризиках, або достатню рентабельність при мінімальному рівні ризиків господарської діяльності;
- визначення основних напрямів використання фінансових ресурсів на поточний період і на перспективу;

- здійснення практичних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей, а саме фінансового аналізу, планування і контролю, вибір методів фінансування діяльності, оцінювання реальних інвестиційних проектів.

Поєднання цих завдань в єдину сукупність можна трактувати як фінансові методи – один з елементів функціональної системи управління фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності торговельних підприємств. У її склад входять й інші елементи, які повинні враховуватися керівництвом підприємств, а саме інформаційно-методичне (формування об'єктивної, повної та оперативної інформації, складання фінансової, бухгалтерської, статистичної та інших видів звітностей) та юридично-правове забезпечення (отримання достовірної і точної інформації щодо діючих правових норм, законів, законодавчих актів та інших документів, які регулюють фінансові відносини), фінансові інструменти (транзакції, внаслідок яких формується фінансовий актив для однієї сторони та фінансові зобов'язання для іншої).

Реалізація стратегічних завдань через функціональну систему управління потребує розуміння того, які фактори фінансово-економічного забезпечення і як впливають на конкурентоспроможність. В економічній літературі загальноприйнятого переліку фінансово-економічних чинників конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств немає. В процесі виокремлення економічних категорій, які виступають об'єктом управління у сфері фінансового менеджменту і впливають на конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта, виникла необхідність їх систематизації. Тому, вважаємо, що згадувані фактори найбільш доцільно поділяти на три групи: внутрішні (фінансові ресурси та ефективність їх використання), зовнішні (ефективне використання позитивного впливу таких факторів чи нейтралізація негативного) і результати діяльності.

Вплив фінансово-економічного забезпечення на формування базису конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств представлений у схемі, що враховує фінансово-економічні чинники конкурентоспроможності і їх характеристики (рис. 3.8).

Їх інтегроване врахування у стратегічному плануванні при побудові процесу управління конкурентоспроможністю в умовах обмежених фінансових ресурсів, невизначеності ринку та впливу негативних зовнішніх факторів дозволяє отримати позитивний синергетичний вплив на господарську діяльність підприємства торгівлі.

Перспективні шляхи забезпечення конкурентоспроможності шляхом підвищення ефективності управління фінансово-економічним забезпеченням господарської діяльності кооперативних торговельних підприємств знаходяться у сфері впливу внутрішніх факторів, що в значній мірі є критеріями фінансової стабільності, адже результати аналізу засвідчили, що кооперативні торговельні підприємства мали суттєві проблеми стосовно фінансової стійкості, у тому числі через недостатньо ефективне управління структурою капіталу та активів.

Беручи до уваги існуючі проблеми конкурентоспроможності роздрібних підприємств, вважаємо за доцільне рекомендувати керівникам досліджуваних підприємств звернути особливу увагу на такі чинники фінансово-економічного за-

безпечення конкурентоспроможності як стійкість фінансового стану, ліквідність, платоспроможність, наявність власних оборотних коштів, прибутковість (рентабельність), збалансованість грошових потоків.

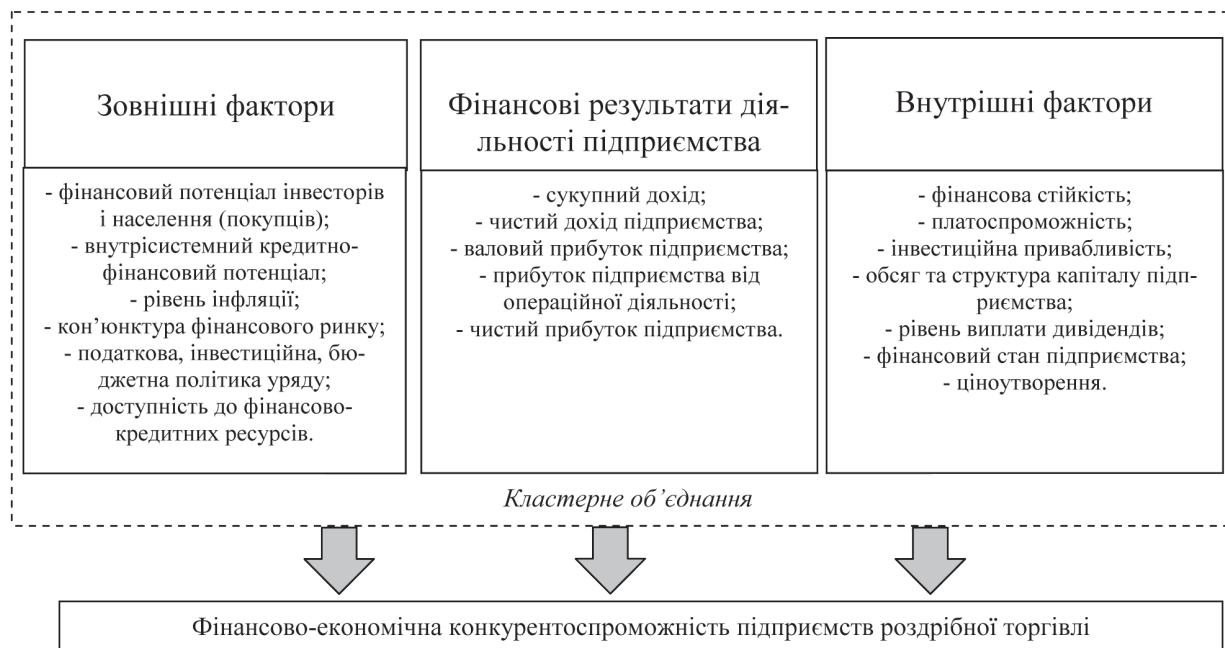


Рис. 3.8. Сукупність факторів управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

Ці категорії належать до оціночних показників фінансового стану підприємства, тому їх значення враховуються не лише менеджментом підприємства, а й зовнішніми користувачами фінансової інформації при ухваленні власних управлінських рішень. До зовнішніх користувачів, яких цікавить інформація про фінансовий стан роздрібного торговельного підприємства, насамперед належать кредитори (як правило банківські установи) та постачальники, які співпрацюють з підприємством чи хочуть розпочати господарські відносини. Зокрема, для комерційних банків проведення фінансового аналізу є обов'язковим етапом процесу прийняття рішення про надання кредиту. Таким чином, міцний фінансовий стан підвищуватиме конкурентоспроможність та інвестиційно-кредитну привабливість підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Важливо зазначити, що покращення фінансового стану може здійснюватися більшою мірою за рахунок власного капіталу, тоді як для покращення інших складових конкурентоспроможності традиційно використовується позичений капітал. Внаслідок цього, основним етапом формування стійкого фінансового стану роздрібних торговельних підприємств необхідно вважати забезпечення рентабельності господарської діяльності з подальшим ефективним розподілом прибутку. У такому випадку підприємство отримує можливість залучення додаткових ресурсів у вигляді кредитів, а остаточною метою діяльності у руслі фінансово-економічного забезпечення конкурентоспроможності стане підвищення ефективності управління розподілом прибутку і забезпечення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства в умовах конкуренції.

Процес управління фінансовою стійкістю на підприємствах кооперативної роздрібно́ї торгівлі має свої особливості, виходячи зі специфіки їх функціонування [122]. Тому керівництву досліджуваних підприємств при реалізації політики зміцнення конкурентоспроможності рекомендуємо врахувати деякі важливі аспекти. Зокрема, низький рівень забезпеченості власними оборотними коштами роздрібних торговельних підприємств обумовлює необхідність використання значних обсягів кредитних ресурсів, що негативно впливає на платоспроможність, кредитоспроможність і фінансову стійкість; на досліджуваних підприємствах необоротні активи складають меншу частину в структурі майна, ніж у виробничих підприємств, відповідно структура капіталу торговельного підприємства орієнтована у бік нарощення короткострокового позикового капіталу, що вимагає підвищення оборотності оборотних активів для збереження стійкого фінансового стану при меншій частці власного капіталу; основним фактором ризику зменшення фінансової стійкості підприємств роздрібно́ї торгівлі є втрата ліквідності активів через різницю у термінах та обсягах надходжень за реалізовані товари і погашенні поточних зобов'язань.

Все це об'єктивно генерує ризик погіршення стану фінансово-економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі та вимагає обґрунтування нормативно-методичного базису процесу оперативного та стратегічного управління фінансовою стійкістю як специфічною, упорядкованою сукупністю взаємопов'язаних елементів у рамках інформаційних зв'язків та суб'єктів організаційної структури управління, комплексу цілеспрямованих послідовних дій, необхідних для забезпечення необхідного рівня фінансової стійкості (рис. 3.9).

Суттєвим чинником підвищення фінансової стійкості досліджуваних підприємств в аспекті, зміцнення їх конкурентоспроможності є реінвестування прибутку у господарську діяльність. Адже основним джерелом поповнення власного капіталу торговельних підприємств для розширення основної діяльності та започаткування нових інвестиційних проектів традиційно є реінвестований прибуток, що вимагає виваженого підходу керівництва до вибору напрямів його розподілу.

Крім того, застосування цього джерела має істотні переваги. Мобілізація отриманого прибутку у господарську діяльність відбувається порівняно швидко і не потребує особливого механізму як у випадку випуску цінних паперів чи залучення банківського кредиту. Стосовно вартості це одне з найдешевших джерел залучення капіталу, оскільки при його використанні не виникає додаткових емісійних витрат. Реінвестований прибуток позитивно впливає на конкурентоспроможність досліджуваних підприємств ще й з позиції економічної безпеки через відсутність негативного впливу на фактичних членів кооперативу інформації про збільшення членів товариства при поповненні пайового капіталу за рахунок вступних внесків нових учасників.



Рис. 3.9. Етапи процесу управління фінансовою стійкістю в аспекті посилення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств

Відкритість досліджуваних підприємств щодо зовнішнього інвестування вимагає від фінансових менеджерів виваженого підходу до питання розподілу прибутку. Обумовлено це забезпеченням узгодженості інтересів керівництва роздрібних торговельних підприємств з одного боку та їх засновників і інвесторів з іншого. Адже реінвестування прибутку може спричинити зменшення задекларованого рівня виплати дивідендів на пайові внески учасників, або взагалі спонукати до відмови від такого напряму розподілу прибутку. Тому, для того, щоб пайовики і члени досліджуваних підприємств не заперечували проти реінвестування прибутку, керівникам роздрібних торговельних підприємств необхідно забезпечити таку віддачу від реінвестування розподілюваного прибутку, яка була б не меншою від альтернативних потенційних інвестицій членів товариства з тожним рівнем ризику.

Для заохочення пайовиків підтримати рішення про реінвестування прибутку рекомендуємо керівництву досліджуваних підприємств використовувати не сталу дивідендну ставку на період реінвестування прибутку, а встановлювати змінну в часі ставку. Адже навіть наявність інфляції зменшує купівельну спроможність грошей і тим самим доцільно передбачити компенсаційний механізм і періодично варіювати процентною ставкою в бік її підвищення. Зокрема, в угоді про залучення пайових внесків може бути обумовлена «плаваюча» процентна ставка, коли фіксується не безпосередньо ставка, а змінна в часі її база і маржа (величина

надбавки до бази). Величина маржі протягом терміну пайового вкладу може бути як сталою, так і змінною, що визначається фінансовим станом підприємства, розміром внеску та іншими умовами пайового контракту.

Нехай на період n_k встановлена річна процентна ставка дивіденду на пай i_k , тоді приріст капіталу за цей період дорівнюватиме величині $Pn_k i_k$. Якщо таких періодів m ($k=1, 2, \dots, m$), то процентна сума за час

$$n = n_1 + n_2 + \dots + n_m = \sum_{k=1}^m n_k$$

(враховуючи, що всі періоди і, відповідно, процентні ставки дивідендів на пай вимірюються в однакових одиницях) визначається за формулою:

$$F = P + Pn_1 i_1 + Pn_2 i_2 + \dots + Pn_m i_m = P(1 + \sum_{k=1}^m n_k i_k) \quad (3.1)$$

Якщо позначимо $\bar{i} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^m n_k i_k$, тоді формула (3.1) набуде вигляду $F = P(1 + n\bar{i})$, тобто на весь період вкладання паю тривалістю n можна встановити плаваючу процентну ставку дивідендів на пай $\bar{i}$, яка дає аналогічний до змінних ставок результат.

Записавши $\bar{i} = \sum_{k=1}^m (\frac{n_k}{n}) \cdot i_k$, зауважимо, що плаваюча процентна ставка $\bar{i}$ дорівнює зваженій сумі процентних ставок, де вагою для кожної ставки i_k є частка (n_k/n) тривалості періоду n_k , яку він становить від загальної суми тривалостей періодів вкладання паю $n = \sum_{k=1}^m n_k$, причому очевидно, що сума всіх ваг дорівнює одиниці.

Формулу (3.1) можна використовувати і в тих випадках, коли періоди виражені в різних одиницях часу. Важливо, щоб розмірність кожного періоду n_k узгоджувалася з розмірністю процентної ставки i_k . Таким чином, якщо період n_k виражений в днях, то i_k є річною процентною ставкою за один день і т. д.

У зміцненні фінансової стійкості як чинника конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств важко переоцінити значення власних джерел фінансування господарської діяльності. Тому, важливу роль в фінансово-економічному аспекті конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі відіграють інвестори та інвестиційний фонд як елемент власного капіталу, що формується при створенні підприємства зі вступних і додаткових пайових внесків членів кооперативу та належить до головних джерел формування його активів. Наявність та механізми формування і використання пайового фонду необхідно розглядати як чинник конкурентної переваги кооперативних торговельних підприємств (додаткове джерело власного капіталу, зокрема оборотного) поряд зі суб'єктами господарювання інших форм власності. Відтак, вбачається перспективним активізувати роботу керівництва підприємств з залучення до спільного інвестування лояльних покупців та мотивації фактичних інвесторів через економічне стимулювання.

Для виявлення прихованих резервів зміцнення конкурентоспроможності підприємства виникає необхідність у проведенні оперативного кількісного та якісного оцінювання пайового потенціалу підприємств торгівлі. З цією метою

пропонуємо використовувати показники, які відповідають місії та стратегії і забезпечують прийняття ефективних рішень з проблем управління конкурентоспроможністю (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Характеристики пайового потенціалу як чинника конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі

№ з/п	Характерна ознака	Показники
1	Зростання чисельності інвесторів	Приріст чисельності інвесторів, %
2	Створення економічної мотивації участі інвесторів	Сума та рівень виплати дивідендів та темпи їх приросту у порівнянні з попереднім періодом, грн. та %
3	Збільшення обсягу інвестиційного капіталу	Приріст залученого інвестиційного капіталу, %
4	Збільшення обсягів діяльності	Приріст сукупного обсягу діяльності, %
5	Сприяння росту доходів сільського населення	Зайнятість населення (кількість нових створених робочих місць у % до середнь-спискової чисельності працівників)
6	Пропаганда кооперативних принципів і цінностей серед населення (потенційних клієнтів підприємства)	Рівень кооперування населення на території діяльності підприємства

Як висновок, керівництву підприємств необхідно вживати дієвих заходів, спрямованих на залучення пайовиків, що позитивно вплине на поповнення пайового капіталу, а відтак, покращить фінансово-економічне забезпечення діяльності у напрямі підвищення частки власних оборотних коштів в обороті, зміцнивши конкурентні переваги.

Поряд з тим, історичний досвід функціонування кооперативних роздрібних торговельних підприємств засвідчив недостатність власного капіталу для сталого розвитку і необхідність використання зовнішнього фінансування. За таких умов актуальним стає застосування такого методу управління фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності як фінансовий важіль, зокрема коли до складу джерел фінансування господарської діяльності входить позичений капітал під фіксовану відсоткову ставку. Таким чином ефект фінансового важеля характеризує зміну рентабельності власного капіталу внаслідок використання позикових фінансових ресурсів.

Надмірна залежність від зовнішніх джерел фінансування негативно впливає на конкурентоспроможність підприємств роздрібної торгівлі через сповільнення темпів продажу товарів, оскільки виплата відсотків за позичений капітал відноситься до умовно-постійних витрат, які за інших рівних умов не зменшуються пропорційно до зменшення обсягу товарообороту.

Ефект фінансового важеля здійснює позитивний вплив за умови, коли рентабельність активів більша за середню величину відсоткових ставок кредитних ресурсів. Тоді доцільно збільшувати його плече. В іншому випадку спостерігається негативний вплив, що вимагає зменшення частки залученого капіталу у структурі джерел фінансування.

Ефективність впливу податкового коректора тим вища, чим вищі витрати з обслуговування залученого капіталу, які включаються у сукупні витрати торговельного підприємства. Оскільки податкова ставка встановлюється державою, то величина податкового коректора не залежить від діяльності підприємства. Але в процесі управління фінансовим важелем диференційований податковий коректор може бути використаний у випадку, коли ставки оподаткування прибутку різняться в залежності від видів діяльності підприємства. За наведених умов, впливаючи на галузеву чи регіональну структуру діяльності кооперативної організації, можна мінімізувати середню ставку оподаткування прибутку, підсиливши вплив податкового коректора на ефект важеля.

Необхідно враховувати й високу динамічну роль цього показника, яка спонукає до постійного моніторингу в процесі управління фінансовим важелем. Так, при погіршенні кон'юнктури фінансового ринку вартість залученого капіталу може різко зрости, перевищуючи рівень рентабельності активів. Крім того, зниження фінансової стійкості кооперативного підприємства при одночасному зростанні частки залученого капіталу може спричинити підвищення ризику банкрутства і дати кредиторам підстави для підвищення відсоткової ставки за надані кошти як компенсації за підвищений ризик. Відтак, за певних умов диференціал фінансового важеля може знизитися до нуля, або й набути від'ємного значення. Варто зауважити, що критичний показник диференціалу може сформуватися навіть під впливом погіршення кон'юнктури ринку, коли через зменшення обсягів продажу знизиться рентабельність активів.

Співвідношення залученого і власного капіталу є тим важелем, що підсилює позитивний або негативний ефект диференціалу. Таким чином при незмінному диференціалі фінансовий важіль є основним чинником зростання суми і рівня прибутковості власного капіталу або фінансового ризику його втрати.

Звернімо увагу й на те, що залучений капітал це не тільки стимулятор розвитку діяльності, але й генератор фінансового ризику. Підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом використання дії фінансового важеля при формуванні оптимальної структури капіталу не забезпечить бажаного ефекту без урахування концепції вартості капіталу.

Для підвищення ефективності управління фінансово-економічним забезпеченням конкурентоспроможності керівництво досліджуваних підприємств повинно володіти інформацією про вартість кожного з елементів капіталу і величину його сукупної середньозваженої вартості, що обумовлено декількома причинами.

По-перше, вартість власного капіталу роздрібних торговельних підприємств, по суті, представляє собою віддачу на вкладений капітал засновників і може використовуватися для визначення ринкової вартості власного капіталу та прогнозування прибутку і рівня дивідендів на пайові внески членів кооперативу. Тобто,

вартість власного капіталу підприємства є характеристикою привабливості для інвесторів (в тому числі потенційних членів кооперативу або пайовиків), які бажають вкласти власні кошти у діяльність підприємства.

По-друге, вартість позичених фінансових ресурсів є різною, тому необхідно уміти вибрати оптимальну комбінацію з декількох варіантів залучення капіталу, для чого доцільно скористатися критерієм середньозваженої вартості капіталу. Крім того, цей показник доцільно використовувати при складанні плану капітало-вкладень підприємства.

По-третє, максимізація прибутку як кінцевого фінансового результату господарської діяльності та обсягу сукупного капіталу кооперативних роздрібних торговельних підприємств досягається синергетичним впливом багатьох чинників, в тому числі і за рахунок мінімізації вартості використовуваних джерел капіталу.

По-четверте, вартість капіталу підприємства виступає одним з ключових критеріїв для інвесторів при аналізі інвестиційних проектів.

Як бачимо, наведені аргументи прямо чи опосередковано впливають на конкурентоспроможність роздрібних торговельних підприємств. Однак, визначення вартості капіталу не повинно стати самоціллю.

В економічній літературі широко і детально описаний математичний інструментарій, який доцільно використовувати для здійснення оцінки вартості капіталу. Зрозуміло, що у практичній діяльності роздрібних торговельних підприємств можуть виникати ускладнення в розрахунках показників середньозваженої чи поелементної вартості капіталу, але навіть приблизне значення ціни капіталу підприємства корисне як для проведення порівняльного аналізу ефективності авансованих фінансових ресурсів у господарську діяльність, так і для розробки і здійснення власної інвестиційної стратегії.

Враховуючи концепцію вартості капіталу, особливу увагу варто звернути на залучення пайових внесків для формування пайового фонду роздрібних торговельних підприємств. Для досліджуваних підприємств це унікальне джерело формування і поповнення капіталу закріплене юридично на законодавчому рівні. Необхідно зазначити, що вартість пайового капіталу вважається більш стохастичною у порівнянні, наприклад, з вартістю банківського кредиту. Крім того, залучення пайового капіталу не потребує здійснення додаткових витрат, які з'являються при випуску акцій акціонерними товариствами, емісії облігації, лізингу і т. і. Це створює певні переваги для кооперативних підприємств поруч з іншими формами власності ведення господарської діяльності. Розрахунок вартості пайового капіталу рекомендуємо здійснювати за формулою:

$$ВПК = Д_{пк} \times (1 - ПП), \quad (3.2)$$

де $ВПК$ – вартість залучення пайового капіталу;

$Д_{пк}$ – прогнозована величина дивідендів на пайовий капітал, виражена у відсотках;

$ПП$ – ставка податку на прибуток згідно чинного законодавства, виражена у десятковому дробі.

Вважаємо за необхідне рекомендувати фінансовим менеджерам підприємств роздрібної торгівлі використовувати податковий коректор для уточнення розра-

хунку вартості пайового капіталу, що аргументується так як і при визначенні вартості банківського кредиту. Тобто, відповідно до чинного законодавства фінансові витрати з залучення пайового капіталу, якими є сума виплачених дивідендів, включаються до складу сукупних витрат при визначенні прибутку до оподаткування, спричиняючи податкову економію. Таким чином, застосування пропонованої формули розрахунку ціни пайового капіталу дозволяє ефективно використовувати концепцію вартості капіталу для зменшення витрат із формування фінансових ресурсів і тим самим зміцнювати конкурентоспроможність підприємства.

Використання капіталу роздрібних торговельних підприємств у господарській діяльності супроводжується інтенсивним рухом грошових потоків. Дієвим методом підвищення ефективності управління фінансово-економічним забезпеченням в контексті зміцнення конкурентоспроможності підприємств є оптимізація грошових потоків як процесу обрання найкращих форм їх організації на підприємстві з урахуванням умов та особливостей здійснення господарської діяльності. Ефективне управління грошовими потоками дає можливість зменшити суми зовнішнього фінансування і підвищити ефективність використання кредитів, оптимально використовувати власні фінансові ресурси, сформовані з внутрішніх джерел. Вдосконалення управління грошовими потоками вплине на зменшення кількості збиткових об'єктів торгівлі, підвищення прибутковості та зниженню ризику неплатоспроможності системи в цілому. А це суттєва передумова посилення конкурентних позицій.

До основних цілей оптимізації грошових потоків на роздрібних торговельних підприємствах слід віднести забезпечення узгодженості та збалансованості обсягів вхідних (позитивних) і вихідних (негативних) грошових потоків у часі, зростання обсягу чистого грошового потоку. Досягнення поставлених цілей дозволить опосередковано зміцнювати конкурентоспроможність підприємств через посилення позитивного впливу на фінансово-економічні чинники її формування. Зокрема, активне управління грошовими потоками дозволить більш раціонально та економно використовувати фінансові ресурси на досліджуваних підприємствах, що зменшить необхідність та залежність від позиченого капіталу і тим самим підвищить фінансову стійкість та посилить її позитивний вплив на конкурентоспроможність. Поряд з тим, узгодженість грошових потоків у часі дозволить уникати затримки у здійсненні платежів і виникнення явища «касового розриву», що стимулюватиме позитивний вплив на зміцнення конкурентоспроможності такого чинника як платоспроможність.

Найважливішою передумовою здійснення оптимізації грошових потоків є вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на обсяг формування грошових потоків у часі. Внаслідок їх незбалансованості, навіть при значних обсягах чистого грошового потоку має місце його низька ліквідність, а відтак й низький рівень платоспроможності на окремих проміжках часу. Відомо, що тривалість такого стану генерує ризики банкрутства. Тому, у кооперативних організаціях особливу увагу необхідно приділити синхронізації грошових потоків у часі, зокрема своєчасно зменшувати дебіторську заборгованість, яка має тенденцію до збільшення, і узгоджувати в часі терміни погашення поточної кредиторської заборгованості, що надасть можливість мінімізувати залишок грошових активів.

У формі рекомендації пропонуємо керівництву роздрібних торговельних підприємств для оптимізації грошових потоків в часі використовувати методи вирівнювання і синхронізації. При синхронізації вхідних і вихідних грошових потоків підприємства належить гармонізувати (ув'язати) вибуття коштів з поточного рахунку з їх надходженням у межах конкретних часових інтервалів майбутнього періоду. Це, своєю чергою, дозволить досягнути необхідного рівня платоспроможності. З метою оцінювання результативності синхронізації позитивних і негативних грошових потоків роздрібного торговельного підприємства пропонуємо використовувати коефіцієнт кореляції, розрахований за формулою:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \cdot \sum y}{n}}{\sqrt{\left[\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n} \right] \cdot \left[\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n} \right]}}, \quad (3.3)$$

де r – значення коефіцієнта кореляції;

x – позитивний грошовий потік;

y – негативний грошовий потік;

n – кількість часових інтервалів.

Чим ближче значення коефіцієнта кореляції до одиниці, тим менше відхилення між позитивними і негативними грошовими потоками, як висновок потоки синхронізовані за часовими інтервалами. Застосування управлінських заходів щодо синхронізації грошових потоків мінімізує ризик виникнення дефіциту грошових коштів чи надлишкової грошової маси. Слід зазначити, що обидва явища негативно впливають на конкурентоспроможність підприємства: дефіцитний грошовий потік спричиняє неплатоспроможність, а надлишковий – обумовлює знецінення грошових ресурсів під впливом інфляції, внаслідок чого зменшується реальна величина власного капіталу. Тому рекомендоване значення коефіцієнта кореляції, як критеріального показника синхронізації грошових потоків у часі, повинно максимально наближатися до одиниці.

Метод вирівнювання передбачає врівноваження обсягів грошових потоків за часовими інтервалами. Його застосування дозволить зменшити негативний вплив сезонних і циклічних коливань на формування позитивних та негативних грошових потоків досліджуваних підприємств і одночасно оптимізувати середній обсяг залишку коштів на поточному рахунку та підвищити загальний рівень ліквідності. Результати цього методу оцінюються за допомогою коефіцієнта варіації, який повинен знижуватись у процесі оптимізації та коефіцієнта ліквідності грошового потоку, який можна розрахувати за формулою:

$$KL_{zn} = \frac{ППП}{НПП}, \quad (3.4)$$

де KL_{zn} – коефіцієнт ліквідності грошового потоку;

$ППП$ – обсяг позитивного грошового потоку;

$НПП$ – обсяг негативного грошового потоку.

Для забезпечення необхідної ліквідності грошового потоку значення цього коефіцієнту повинно бути не менше одиниці. Це свідчитиме про зростання залишків грошових коштів на кінець періоду, тобто підвищення загальної ліквідності, а відтак зміцнення фінансової конкурентоспроможності.

На нашу думку, впровадження запропонованих заходів з підвищення ефективності управління фінансово-економічним забезпеченням роздрібних торговельних підприємств дозволить зміцнити конкурентоспроможність кожного з досліджуваних суб'єктів господарської діяльності та системи загалом.

Висновки до розділу 3

1. З використанням методу стратегічного аналізу визначено стратегічні пріоритети формування фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі Виноградівського району Закарпатської області за такими напрямками як маркетинговий, фінансово-інвестиційний, матеріально-технічний, інтелектуально-кадровий, інноваційний, логістичний та соціальний.

2. Уточнено елементи стратегічного управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, зокрема сформовано напрями формування місії конкурентоспроможності за інституційною, торгово-технологічною та матеріально-технічною компонентами, визначено сукупність стратегічних рішень її досягнення, етапи реалізації стратегії, а саме модернізація інтелектуально-кадрового забезпечення, впровадження інновацій, осучаснення бізнес-процесів.

3. На основі методів синтезу і наукової абстракції обґрунтовано інструменти фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі за фінансово-інституційним, економічно-ресурсним, організаційно-економічним, соціально-мотиваційним напрямками та визначено етапи і послідовність його формування.

4. З метою підвищення ефективності управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств необхідно виконати ряд завдань, а саме: максимізувати прибуток, оптимізувати структуру капіталу, зміцнити фінансову стійкість, забезпечити інвестиційну привабливість, використовувати ринкові механізми залучення фінансово-інвестиційних ресурсів.

5. Особливу увагу необхідно звернути на чинники фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств, які в результаті кластеризації згруповано у зовнішні (фінансовий потенціал населення та інших суб'єктів; рівень інфляції; кон'юнктура фінансового ринку; податкова, інвестиційна, бюджетна політика уряду; доступність до фінансово-кредитних ресурсів), внутрішні (фінансова стійкість; платоспроможність; інвестиційна привабливість; обсяг та структура капіталу підприємства; рівень виплати дивідендів пайовикам; фінансовий стан підприємства) і фінансові результати діяльності підприємства (сукупний і чистий дохід підприємства; валовий, чистий прибуток та прибуток від операційної діяльності підприємства).

6. Доцільно перебудувати процес управління фінансовою стійкістю в аспекті посилення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств, який повинен включати такі етапи як формування системи інформаційного забезпечення та моніторинг внутрішніх і зовнішніх факторів, аналіз та оцінку фінансової стійкості як чинника конкурентоспроможності, формування системи цільових параметрів управління фінансовою стійкістю, виявлення резервів підвищення фінансової стійкості для зміцнення конкурентного потенціалу, підвищення фінансової стійкості підприємства на основі виявлених резервів, прогнозування ново-

го рівня фінансової стійкості, планування заходів із забезпечення нового рівня фінансової стійкості у руслі посилення конкурентної позиції, виконання плану, моніторинг та контроль процесу управління фінансовою стійкістю.

7. Для виконання завдань, спрямованих на підвищення ефективності управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств потрібно періодично проводити оперативне кількісне та якісне оцінювання пайового потенціалу, вживати дієвих заходів із залучення пайовиків, максимально використовувати реінвестування прибутку, дотримуватись узгодження інтересів керівників і учасників кооперативів при розподілі прибутку, враховувати дію фінансового важеля і концепцію вартості капіталу при формуванні оптимальної структури джерел фінансування, оптимізувати грошові потоки.

ВИСНОВКИ

У монографічному дослідженні наведено узагальнення та нові теоретичні і прикладні підходи до вирішення науково-прикладної задачі ефективного управління фінансово-економічним механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. Отримані науково-теоретичні, методичні та практичні результати дозволяють зробити такі висновки:

1. Функціонування суб'єктів роздрібною торгівлі як виду економічної діяльності має власні характерні особливості. Водночас значно актуалізується значимість ефективності їх діяльності на територіях з нижчим рівнем соціально-економічного розвитку та інвестиційної привабливості. Це пояснюється важливістю завдань, які виконують підприємства в організаційній (задоволення потреб населення у товарах і послугах, участь в сприянні просторово-структурному місцевому розвитку та формуванню місткого внутрішнього споживчого ринку, виконання соціальних функцій, ініціювання коопераційних та міжгалузевих відносин) та функціональній (забезпечення кругообігу фондів, узгодження діяльності суб'єктів сфери виробництва і споживання, виконання обслуговуючих завдань, узгодження характеристик попиту та пропозиції, розвиток нових цільових ринкових сегментів та ін.) структурі роздрібною торгівлі.

2. З використанням діалектичного і системного підходу доведено, що забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі, як системної комплексної характеристики здатності у коротко та довгостроковій перспективі перемагати у конкурентній боротьбі з прямими та опосередкованими конкурентами за споживачів і їх купівельні фонди, цільові ринкові сегменти, фінансове, матеріально-технічне та інтелектуально-кадрове забезпечення, інвестиційно-інноваційний потенціал розвитку, обсяги співробітництва з виробничим та логістично-постачальницьким сектором, масштаби соціальної відповідальності на споживчому ринку, є важливим завданням гарантування життєздатності на мікрорівні та сприяння соціально-економічному розвитку територій – на макроекономічному рівні.

3. За допомогою абстрактно-логічного методу дослідження встановлено, що структурними складовими фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі є маркетингова, соціальна, матеріально-технічна, логістична, фінансово-інвестиційна, інноваційна та інтелектуально-кадрова. Такий підхід дозволяє найбільш комплексно декомпонувати систему управління конкурентоспроможністю на окремі самостійні сфери. Але при цьому узагальнено, що параметри конкурентоспроможності не ідентичні для різних суб'єктів господарювання, видів та форматів торгівлі, за різних умов розвитку роздрібною торгівлі та національного господарства загалом.

4. Конкурентоспроможність є однією з найбільш системних характеристик. Її визначає велика сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників і умов. Їх ідентифікації сприятиме застосування запропонованої в роботі класифікації напрямів і критеріїв фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі, побудована за такими ознаками: (1) функ-

ціональні напрями конкурентоспроможності, (2) функції управління в системі її забезпечення, (3) головні характеристики конкурентоспроможності, (4) елементи ресурсного потенціалу, (5) засоби контролю конкурентних позицій, (6) етапи бізнес-процесів, (7) напрями перспективного розвитку бізнесу, (8) параметри життєздатності.

5. За результатами аналізу фінансово-економічних передумов конкурентоспроможності в роздрібній торгівлі Виноградівського району Закарпатської області встановлено позитивний вплив збільшення розмірів підприємств, обсягів їх діяльності, розширення торгових площ, збільшення товарних запасів, активів та власного капіталу, збільшення ролі роздрібною торгівлі в забезпеченості зайнятості населення. Натомість за результатами аналізу фінансово-економічної ефективності виявлено її ще недостатність щодо висновків про зміцнення конкурентних позицій суб'єктів роздрібною торгівлі: низькими залишаються обсяги товарообороту (зокрема в розрахунку на одного зайнятого, одиницю торгової площі та одиницю активів чи ресурсного забезпечення), оборотність товарних запасів, рентабельність операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування та чистий прибуток, ліквідність та фінансова стійкість. Ці характеристики засвідчують нестійкі фінансово-економічні умови конкурентоспроможності підприємств галузі.

6. З використанням методу аналізу ієрархій визначено, що на конкурентоспроможність підприємств роздрібною торгівлі Виноградівського району Закарпатської області найбільшою мірою впливають маркетингова (відносна важливість 32,2 %), фінансово-інвестиційна (29,6 %) та інтелектуально-кадрова (15,2 %) складові. Водночас керівникам підприємств роздрібною торгівлі потрібно реалізувати системну сукупність заходів для зміцнення найменш забезпечених складових конкурентоспроможності, якими визначені: інноваційна, матеріально-технічна, соціальна та логістична.

7. Введено в науковий обіг поняття місії конкурентоспроможності як генерального плану посилення конкурентних позицій підприємства в середовищі відносин з зовнішніми інституціями. Для підприємств роздрібною торгівлі місію конкурентоспроможності визначено як забезпечення та підтримання високого рівня лояльності споживача шляхом задоволення його поточних та формування перспективних потреб, узгодження із ними напрямів розвитку бізнес-процесів підприємства; модернізація торгово-технологічного процесу, реалізація інноваційних підходів до розвитку торгової мережі; формування цілісної інституційної системи забезпечення функціонально-структурних складових конкурентоспроможності; розширення участі підприємства в реалізації програм локального соціально-економічного розвитку; формування коопераційних відносин та розвиток вертикально-горизонтальної інтеграції; впровадження торгово-технологічних інновацій, удосконалення системи товароруку та диверсифікації форм і форматів торгівлі.

8. Реалізація місії конкурентоспроможності потребує досягнення стратегічних пріоритетів та завдань, визначених за всіма структурними складовими фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. При цьому стратегічна мета політики зміцнення конкурен-

тоспроможності підприємств у низькопривабливому інвестиційному середовищі вбачається у їх перетворенні на конкурентоспроможні комплекси динамічного розвитку. Це потребує поетапної розробки і впровадження стандартів конкурентоспроможної поведінки підприємства та персоналу, автоматизації бізнес-процесів, запровадження електронного обліку та формування електронних баз даних, автоматизованих систем управління відносинами з споживачами, розбудови систем електронного мережевого обслуговування покупців, поетапної диверсифікації і розширення переліку здійснюваних видів економічної діяльності, програм між-регіонального і міжгалузевого співробітництва.

9. Встановлено, що перспективи якісного довгострокового покращення конкурентних позицій роздрібних торговельних підприємств мають узгоджуватися із формуванням і ефективним використанням їх інтелектуально-кадрового потенціалу. Відтак, визначено, що реалізація фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств, як основа формування необхідного для цього ресурсного і фінансово-інвестиційного забезпечення, має також орієнтуватися на цю ціль та імплементуватися шляхом поетапної реалізації інструментів і заходів за фінансово-інституційним, економічно-ресурсним, організаційно-економічним та соціально-мотиваційним напрямками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антикризисный менеджмент / Под редакцией проф. А. Г. Грязновой. – М. : Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1999. – 368 с.
2. Ареш'єва О. В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О. В. Ареш'єва, Т. Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - № 1(91). – С. 98-103.
3. Ареш'єва О. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О. В. Ареш'єва, Т. В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 7 (85) . – С. 71-76.
4. Бабина О. Є. Інтегральний показник оцінки фінансового стану підприємств транспортної галузі / О. Є. Бабина // Водний транспорт: зб. наук. праць КДАВТ. – К. : КДАВТ, 2009. Вип. 10 . – С. 73-78.
5. Бакушевич І. Удосконалення використання інформаційних ресурсів у системі антикризового управління / І. Бакушевич, О. О. Гарматюк // Наукові праці МАУП / Редкол. : М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін.. – К. : МАУП, 2001. – С. 170- 172.
6. Бай С. І. Фактори, ознаки і симптоми кризової ситуації в діяльності підприємств / С.І. Бай // Наукові праці МАУП / Редкол. : М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін. – К. : МАУП, 2001. – С. 207- 210.
7. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : Моногр. / О. І. Барановський – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 759 с.
8. Беляєва М. В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в торгівлі : автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.00.04 / М. В. Беляєва. – Харків : Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2010. – 19 с.
9. Беляєва К. В. Оцінка фінансової конкурентоспроможності торговельних підприємств / К.В. Беляєва // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. Вип. 29 / Голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – С. 193-198.
10. Бігус М. М. Управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу : Автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.00.04 / М. М. Бігус. – Хмельницький : Хмельницький національний університет, 2011. – 20 с.
11. Бланк И. О. Основы финансового менеджмента: Т. 1. / И. О. Бланк. – К. : «Эльга», «Ника-Центр», 2004. – Т. 1. – 624 с.
12. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью / И. А. Бланк. – К.: «Эльга», «Ника –Центр», 2004. – 784 с.
13. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. – К.: «Эльга», «Ника-Центр», 2005. – 600 с.
14. Бланк И. А. Аतिकризисное финансовое управление предприятием / И. А. Бланк. – К.: «Эльга», «Ника-Центр», 2006. – 672 с.
15. Бозуленко О. Я. Конкурентоспроможність торговельних підприємств та проблеми її підвищення в сучасних умовах / О. Я. Бозуленко, О. Ю. Бозуленко // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Т. 18, Вип. 1 (1). – С. 43-46.

16. Болгар Т. М. Фінансова безпека банків в умовах ринкової трансформації економіки України: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 / Т. М. Болгар. – Суми, 2009. – 21с.
17. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент: В. 2 т. / Ю. Бригхем, Л. Гапенски. – Спб. : Экономическая школа, 2004. – 669 с.
18. Будкін В. Зони високих технологій: світовий досвід і реалії України / В. Будкін, З. Петренко, Нгуєн Тхі Хань // Економіка України. – 2005. - № 10 (527). – С. 68 -74.
19. Будко М. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки / М. Будко // Економіка України, 2004. - № 4. – С. 40.
20. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / В. О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 504 с.
21. Василенко В. А. Стратегии и инновации в системе менеджмента: учеб. пособие / В. А. Василенко, И. Е. Мельник. – М. : МГИУ, 2001. – 418 с.
22. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: Монографія / Т.Г. Васильців.- Львів : Арал, 2008. – 384 с.
23. Васильців Т. Г. Пріоритети та засоби зміцнення економічної безпеки малого і середнього підприємництва: монографія / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, А. М. Гуменюк. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2009. – 248 с.
24. Васильців Т. Г. Орієнтири визначення стратегічних пріоритетів розвитку сільських територій в Україні / Т. Г. Васильців // Національні проекти у стратегії економічної модернізації України : Аналіт. доп. - К. : НІСД, 2013. - С. 41-46 с.
25. Васильців Т. Г. Економічні ризики інвестиційної діяльності малого і середнього підприємництва / Т. Г. Васильців, Т. О. Скрипко // Малий і середній бізнес (Право, держава, економіка) / Економіко-правовий науково-практичний журнал. – К. : Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2013. – С. 95-100.
26. Васильців Т. Г. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення / Т. Г. Васильців, Н. Я. Кравчук // Науковий вісник: Збірник науково-технічних праць. – Львів, Вип. 23.2. 2013. – С.208 – 213.
27. Васильців Т. Г. Структурні напрями забезпечення інтелектуально-кадрової безпеки торговельного підприємства / Т. Г. Васильців, О. Я. Мандрик // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір: зб. наук. праць [редкол.: відп. ред.. В. С. Кравців]. – НАН України. Ін-т регіональних досліджень. - Львів, 2012. – Вип. 2 (94). – С. 594-600.
28. Васильців Т. Г. Удосконалення методики оцінювання економічної безпеки підприємства / Т. Г. Васильців, Р. М. Микитюк // Науковий вісник: Збірник науково-технічних праць. – Львів, Вип. 22.14. 2012. – С.180 – 188.
29. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення Монографія. / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, Р. О. Бойкевич, В. В. Каркавчук. – Львів : Ліга-Прес, 2012. – 388 с.
30. Власова І. В. Передумови застосування фінансових важелів розвитку інноваційної сфери України: сучасний стан і проблеми / І. В. Власова // Проблеми науки. – 2009. - № 2. – С. 16-21.

31. Власова Н. О. Ділова активність як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі / Н. О. Власова, С. Ю. Макеев // Управління економічним потенціалом підприємства. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 329 с.
32. Вовканич С. Й. Теоретико-методичні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу в знаннєвомісткій економіці: концептуалізація понять / С. Й. Вовканич, Л. К. Семів // Регіональна економіка. – 2007. - № 4. – С. 7 – 18.
33. Возіянова Н. Ю. Якість обслуговування покупців – конкурентна перевага торговельного підприємства / Н. Ю. Возіянова // Торгівлі і ринок України : темат. зб. наук. пр. / Голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – Вип. 28, т. 2. – С. 38-46.
34. Вознюк А. О. Оцінка фінансового стану підприємства як необхідна складова його економічного розвитку / А. О. Вознюк // Інноваційна економіка: всеукраїнський науково-виробничий журнал. - 2012. - № 11 (37). – С. 101-105.
35. Войнаренко М. Управління економічною безпекою підприємств на основі оцінки відхилень порогових показників / М. Войнаренко, О. Яременко // Економіст. -2008. -№ 12. – С. 60-66.
36. Воробйова О. К. Діагностика потенціалу виживання підприємств / О. К. Воробйова // // Торгівлі і ринок України : темат. зб. наук. пр. / Голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – Вип. 28, т. 2. – С. 181-189.
37. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009.- № 4(94). – С. 77-84.
38. Внутрішня торгівля : регіональні аспекти розвитку : Монографія / За ред. О.О. Шубіна, Я.А. Гончарука. – Донецьк-Львів : ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.
39. Гайдар С. М. Коефіцієнтний підхід до оцінки фінансової стійкості підприємств торгівлі / С. М. Гайдар // Торгівля і ринок: зб. наук. праць. - 2009. – № 27. – С.443-449.
40. Гайдучкий А. Інвестиційна конкурентоспроможність як мотиваційний чинник залучення іноземного капіталу / А. Гайдучкий // Журнал Конкуренція. – 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amc/control/uk/publish/article>.
41. Галушко О. С. Моделювання макроекономічних процесів на основі інтелектуальних технологій / О. С. Галушко, О. М. Кісельова, С. В. Дзюба // Вісник економічної науки України. – 2007. - № 2. – С.25-33.
42. Гапій І. Б. Сутність, структура і функції неорганізованого сектору в системі торгівлі / І. Б. Гапій // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – С. 12-17. – (Серія: Торгівля, комерція, підприємництво).
43. Глобалізація і безпека розвитку: Монографія / О. Г. Білоус, Д. Г. Лук'яненко та ін.; Керівник авт. колективу і наук. ред.. О. Г. Білорус. – К. : КНЕУ, 2001. – 733 с.
44. Глухов В. В. Экономика знаний / В. В. Глухов, С. Б. Коробко, Т. В. Маринина. – Спб. : Питер, 2003. – 528 с.
45. Голобкова Л. С. Методичні проблеми вимірювання потенціалу підприємства / Л. С. Голобкова // Економіка та держава. – 2007. - № 4. – С. 37-39.

46. Голов Р. С. Инновационно-синергетическое развитие промышленных организаций (теория и методология) / Р.С. Голов, А. В. Мыльник. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 420 с.
47. Головінов М. І. Діагностика як метод дослідження діяльності підприємства в сучасних умовах / М. І. Головінов // Торгівлі і ринок України : темат. зб. наук. пр. / Голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – Вип. 28, т. 2. – С. 153-159.
48. Головки-Марченко І. С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття “конкурентоспроможність підприємства” / І. С. Головки-Марченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – Вип. 43. – С. 67-73.
49. Городецька М. О. Україна в умовах глобалізації / М. О. Городецька. - // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. - Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О. В., 2011. – Вип. 4. – С. 29-31.
50. Господарський кодекс України / Інтернет-ресурс Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/436-15>.
51. Градов А. П. Стратегия экономического управления предприятием : Учеб. Пособие / А. П. Градов. – СПб : ГТУ, 1993. – 244 с.
52. Громова Т. М. Торгівля як інституціональна форма функціонування сфери товарного обігу : Монографія / Т. М. Громова. – Чернівці : ПКФ «Ранок», 2009. – 174 с.
53. Дзюба С. Г. Загальна характеристика зовнішнього середовища функціонування підприємств / С. Г. Дзюба, І. Ю. Гайдай // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 1 (127). – С. 144-156.
54. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник за 2008 рік. – Державна служба статистики України. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2009. – 326 с.
55. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник за 2009 рік. – Державна служба статистики України. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2010. – 447 с.
56. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник за 2010 рік. – Державна служба статистики України. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – 453 с.
57. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник за 2011 рік. – Державна служба статистики України. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2012. – 467 с.
58. Докучаєв О. А. Шляхи підвищення ефективності використання потенціалу управлінського персоналу підприємства / О. А. Докучаєв // Економіка та держава. – 2009. - № 2 (74). – С. 43-45.
59. Евчинец М. Ю. Управление рисками в условиях кризиса / М. Ю. Евчинец // Наукові праці МАУП / Редкол. : М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін.. – К. : МАУП, 2001. – С. 247- 249.
60. Егоров И. Ю. Комплексный подход к определению уровня инновационной активности украинских предприятий / И. Ю. Егоров, М. В. Пугачева // Проблемы науки. – 2008. - № 11. – С. 3-10.

61. Економічна безпека: навч. посіб. / за ред. З. С. Варналія. – К. : Знання, 2009. – 647 с.
62. Економічна енциклопедія : у 3-х т. Т.3. / під ред.. Б. Д. Гаврилишина. - К. : Академія, 2002. – 951 с.
63. Економічне і соціальне становище Виноградівського району. Статистичний бюлетень за 2011 рік. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області. – Ужгород, 2011. – С.16.
64. Економічне і соціальне становище Виноградівського району. Статистичний бюлетень за 2012 рік. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області. – Ужгород, 2011. – С.14.
65. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : Монографія / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак та ін. – Львів : Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 208 с.
66. Экономика и организация безопасности хозяйствующих субъектов. / В. С. Гусев, В. А. Демин, Б. И. Кузин и др. – СПб : Очарованный странник, 2001. – 288 с.
67. Єрмошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. / М. М. Єрмошенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 309 с.
68. Єрмошенко М. М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємництво : наук. моногр. / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячева. – К. : Національна академія управління, 2010. – 232 с.
69. Євдокімов Ф. І. Узагальнююча оцінка фінансової складової рівня економічної безпеки підприємства / Ф. І. Євдокімов, О. В. Мізіна, О. О. Бородіна // Наукові праці ДонНТУ. – 2002. - № 47. – С. 6-12.
70. Єфременко О. В. Використання оцінки конкуренто стійкості в оцінюванні конкурентоспроможності підприємства : Автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.00.04 / О. В. Єфременко. – Луганськ : Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2011. – 19 с.
71. Зуб А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А.Т. Зуб, М. В. Локтионов. – М. : Генезис, 2001.- 752 с.
72. Івахненко С. В. Фінансовий контролінг: методи та інформаційні технології / С. В. Івахненко, О. В. Мелих. – К. : Знання, 2009. – 319 с.
73. Іляш О. І. Фактори підвищення конкурентоспроможності торгівлі на внутрішньому ринку / О. І. Іляш, Л. І. Поперечна // Науковий вісник НЛТУ України. 2012. – Вип. 22.7. – С. 142-145.
74. Ільчишин С. М. Теоретико-методичні засади дослідження конкуренції в торгівлі / С. М. Ільчишин // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. – Вип. 21.9. – С. 173.
75. Інвестиційна привабливість ресурсного потенціалу торговельного підприємства : Монографія / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак та ін. – Львів : Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 168 с.
76. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления / В. С. Катькало; Высшая школа менеджмента СПб. ГУ. – 2-е изд. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2008. – 548 с.

77. Катькало В. С. Исходные концепции стратегического управления и их современная оценка / В. С. Катькало // Российский журнал менеджмента. – 2003 б. - № 1 (1). – С. 7-30.
78. Катькало В. С. Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы / В. С. Катькало // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. – 2002 а. - № 2. – С. 3-21, № 3. – С. 3-26.
79. Кириченко О. А. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці / О. А. Кириченко, Ю. Г. Кім // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 12(90). – С. 53-65.
80. Кім Ю. Г. Управління системою фінансової безпеки підприємства: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 21.04.02 / Ю.Г. Кім. - Київ, 2009. – 21с.
81. Клейнер Г. Механизмы принятия стратегических решений и стратегическое планирование на предприятиях / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 1998 б. - № 9. – С. 46-65.
82. Клейнер Г. Системная парадигма и теория предприятия / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2002 а. - № 10. – С. 47-69.
83. Клімова О.І. Методики проведення аналізу стратегічного розвитку підприємства / О. І. Клімова // Економіка та держава . – 2008. - № 4. – С. 54 – 58.
84. Князь О. В. Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства / О.В. Князь, Ю. О. Андріанов // Регіональна економіка. – 2007. - № 3. – С. 219-227.
85. Ковтун О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний аспект : Монографія / Ковтун О. І. – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – 276 с.
86. Кондратюк О. І. Економічний потенціал країни, його суть та тенденції розвитку / О. І. Кондарюк // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 3 (105). – С. 91 – 98.
87. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры. // Вопросы конъюнктуры. - 1925. - Выпуск 1. - Т. I. - С. 28 - 79.
88. Коробчинський О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства / О. Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009.- № 4(94). – С. 41-45.
89. Косарєв О. Й. Людський капітал як ключовий чинник забезпечення економічної безпеки підприємства // О. Й. Косарєв, О. І. Захаров, О. М. Рибак // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 9(87). – С. 104-114.
90. Коюда О. П. Взаємозв'язок інтелектуального та інноваційного потенціалів / О. П. Коюда, В. В. Воліков // Проблеми науки. – 2008. - № 7. – С. 12-16.
91. Кузьменко В. В. Економічна безпека та сталий розвиток: регіональний аспект: Монографія / В. В. Кузьменко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 145 с.
92. Лаврова Ю. В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства / Ю. О. Лаврова. - // Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2010. - № 29. – С. 127-130.
93. Ларин А. В. Моніторинг поняття конкуренція / А. В. Ларин // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – Випуск 166. – С. 114-119.

94. Ліпкан В. А. Національна безпека України : навчальний посібник / В. А. Ліпкан – К. : Кондор, 2008. – 552 с.
95. Магас Н. В. Організаційно-методичні принципи управління економічною безпекою суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання : матеріали міжкафедрального науково-практичного семінару (Львів, 17 вересня 2010 р.) / Львів. держ. університет внутрішніх справ. – Львів : ЛьвДУВС, 2010. – С. 50-52.
96. Магас Н. В. Методологія використання інтелектуального потенціалу суб'єктів господарювання в системі економічної безпеки / Н. В. Магас // Економіко-правовий часопис: збірник наукових праць. – Львів : ЛьвДУВС, 2010. – Вип. 1. – С. 85-90.
97. Магас Н. В. Аналітичне забезпечення прийняття рішень в системі безпеки / Н. В. Магас // Проблеми екологічної безпеки та якості середовища : збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, жовтень 2010 р.). – Львів : ЛДУ БЖД, 2010. – С. 42-43.
98. Магас Н. В. Фактори формування середовища фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Науковий вісник НЛТУ України. –2010. – Вип. 20.15. – С. 621-264.
99. Магас Н. В. Синергетичні основи формування фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Актуальні проблеми інформаційних технологій, економіки та права : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Чернівці, 23-24 лютого 2011 р.) / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ПВНЗ «Буковинський університет». – Чернівці : ПВНЗ «Буковинський університет», 2011. – С. 163-164.
100. Магас Н. В. Функціонально-ситуаційний підхід управління фінансовою безпекою / Н. В. Магас // Реструктуризація доходів державного бюджету в системі антикризового управління фінансовою системою : матеріали міжвузівської науково-практичної конференції (Львів, 4 березня 2011 р.) / упоряд. Ю. М. Кушнірчук; Львів. держ. університет внутрішніх справ. – Львів : ЛьвДУВС, 2011. – С. 99-101.
101. Магас Н. В. Елементи бенчмаркінгу в системі фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. – Кам'янець-Подільський : ДОП Сисин О.В., 2011. – Вип. 4. – С. 252 -255.
102. Магас Н. В. Методичні основи оцінювання економічної безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас, І. П. Мойсеєнко, Ю. А. Поповіченко // Наукові праці МАУП / [та ін.] редкол.: А. М. Подоляка (голов. ред.). – К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. – Вип. 3 (30). – С. 87-91.
103. Магас Н. В. Теоретичне обґрунтування поняття «фінансової безпеки суб'єктів господарювання» в умовах техноглобалізму / Н. В. Магас // Соціально-економічні та правові дослідження в суспільстві знань : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 2-3 червня 2011 р.) / Львівський інститут МАУП. – Львів : ЛІ МАУП, 2011. – С. 296-302.
104. Магас Н. В. Теоретичні основи дослідження фінансової безпеки суб'єктів господарювання в умовах техноглобалізму / Н. В. Магас // Науковий вісник ЛДУВС. – Львів : ЛьвДУВС, 2011. – Вип. 2. – С. 77-88.

105. Магас Н. В. Системно-синергетичний підхід до розгляду фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Фінансова безпека економічних систем : матеріали міжвузівської науково-практичної конференції (Львів, 27 січня 2012 р.) / Львів. держ. університет внутрішніх справ. – Львів : ЛьвДУВС, 2012. – С. 77-79.

106. Магас Н. В. Моделі моніторингу фінансової безпеки підприємства / Н. В. Магас, І. П. Мойсеєнко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – Чернігів : ЧДТУ, 2012. – № 4 (54). – С. 29-33.

107. Магас Н. В. Зовнішні фактори формування фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. – Х.: Укр-ДАЗТ, 2012. – Вип. 38. – С. 70-75

108. Магас Н. В. Методичні підходи до оцінки фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Магас // Соціально-економічні та правові дослідження в суспільстві знань : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 16-17 травня 2012 р.) / Львівський інститут МАУП – Львів : ЛІ МАУП, 2012. – С. 309-319.

109. Магас Н. В. Методичні засади аналізу конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі / Н. В. Магас // Ефективне управління економікою: теорія і практика : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Черкаси, 4-5 жовтня 2013 р.) / ЧДТУ. – Черкаси : Видавничий дім «Гальветика», 2013. – С.16-18.

110. Магас Н. В. Чинники впливу на конкурентоспроможність торговельного підприємства / Н. В. Магас // Фінансова безпека суб'єктів господарювання в умовах нестабільної фінансової системи : матеріали круглого столу (Львів, 11 грудня 2012 р.) / Львівський інститут МАУП. – Львів : ЛІ МАУП, 2013. – С. 182-185.

111. Магас Н. В. Современные императивы экономического управления предприятиями на потребительском рынке: Украина, Россия, Беларусь : Монография / Н. В. Магас [под общ. ред. Л. И. Донец]. – Донецк : ДонНУЭТ, 2013. – С. 513-519.

112. Магас Н. В. Институциональная среда розничной торговли / Н. В. Магас // Перспективы развития экономического и финансового образования России : материалы Международной научно-методической конференции (Астрахань, 30 сентября – 4 октября 2013 г.) / [сост.: Е. О. Вострикова, Т. М. Деева, Э. И. Скоблева]. – Астрахань : Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2013. – С. 180-186.

113. Магас Н. В. Діагностика потенціалу конкурентоспроможності підприємств торгівлі / Н. В. Магас // Наукові записки Національного університету «Острозька академія» : збірник наукових праць / [ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук]. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2013. – Вип. 24. – С. 190-196.

114. Магас Н. В. Передумови конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі / Н. В. Магас, Т. Г. Васильців // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.2. – С. 218-222.

115. Магас Н. В. Удосконалення методики інтегрального оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства / Н. В. Магас // Мар-

кетинг і менеджмент інновацій. – Суми : ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2014. – № 1. – С. 142-151.

116. Макарюк О. В. Напрямки забезпечення фінансової безпеки через регулювання інвестиційного ринку / О. В. Макарюк Кім // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - № 06(96). – С. 38-42.

117. Манів С. З. Інтелектуальний потенціал: його суть та складові / С. З. Манів // Економіка та держава . – 2009. - № 6. – С. 51 – 55.

118. Маргіта Н. О. Моделювання впливу регіональних факторів на інвестиційний процес у Закарпатській області / Н. О. Маргіта // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №6. – Т. 4 (181). – С. 248-252.

119. Маргіта Н. О. Регіональний механізм залучення прямих іноземних інвестицій / Н. О. Маргіта // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія економіка. – Випуск 2 (34). – 2011. – С. 53-59.

120. Маргіта Н. О. Основи формування регіональної політики залучення прямих іноземних інвестицій / Н. О. Маргіта // Матеріали доповідей та статей Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні питання юридичної науки – 2011» (6 травня 2011). – Львів : МАУП, 2011. – С. 170-174.

121. Масловська Л. Ц. Синергічний підхід у становленні регіонального менеджменту / Л. Ц. Масловська. - // Регіональна економіка. – 2002. - № 4. – С. 19-26.

122. Мартинюк В. Ф., Методологічні принципи управління фінансовою стійкістю підприємств торгівлі / В. Ф. Мартинюк. – Наука й економіка. – 2011. - № 4(24). – С. 27 -33.

123. Мартюшева Л. С. Фінансова безпека підприємства як самостійний об'єкт управління / Л. С. Мартюшева, Т. Е. Петровська, Н. І. Трихліб // Научно-технический сборник. – 2007. - № 71. - С.235-238.

124. Марушко Н. С. Резервування як інструмент забезпечення фінансової безпеки підприємства / Н. С. Марушко // Матеріали міжвузівської науково-практичної конференції «Реструктуризація доходів державного бюджету в системі антикризового управління фінансовою системою». – Л .: Сполом, 2011. – С. 101-104.

125. Михаліцька Н. Я. Фінансова безпека підприємств як фактор економічної сталості держави / Н. Я. Михаліцька // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми інформаційних технологій, економіки та права». – Чернівці : Книги – ХХІ, 2011. – С. 169-170.

126. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року / Державна служба статистики України. – К.: Державна служба статистики України. – 2013. – 122 с.

127. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року / Державна служба статистики України. – К.: Державна служба статистики України. – 2012. – 124 с.

128. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством : підручник / Б. М. Мізюк. – Львів : «Коопосвіта» ЛКА, 1999. – 388 с.

129. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: підручник. / Б.М. Мізюк . – Львів : Манголія 2006, 2009. – 544 с.

130. Міценко Н. Г. Діагностика дієвості економічного механізму торговельно-

го підприємства : Монографія / Н. Г. Міценко, Н. І. Дуляба. – Львів: Вид-во ЛКА, 2012. – 224 с.

131. Міценко Н. Г. Регулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі : Монографія / Н. Г. Міценко, Т. Г. Васильців, Н. М. Заярна. – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – 176 с.

132. Мойсеєнко І. П. Синергетичні механізми управління інтелектуальним потенціалом господарських систем / І. П. Мойсеєнко // Вісник львівського університету. Серія економ. – Львів. 2008. – Вип. 40. – С. 364-367.

133. Мойсеєнко І. П. Управління інтелектуальним потенціалом : Моногр. / І. П. Мойсеєнко – Л. : Аверс, 2007. – 304 с.

134. Москаленко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа для діагностики його банкрутства / В. П. Москаленко // Актуальні проблеми економіки : наук.економ. журнал. – 2006. – № 6. – С. 180-191.

135. Мягких І. М. Аналіз і оцінка використання ресурсного потенціалу в системі споживчої кооперації / І. М. Мягких // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - № 1(91). – С. 136-142.

136. Національний класифікатор України: Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev. 1.1-2002) ДК 009:20.

137. Павлова, Л.Н. Финансовый менеджмент: Управление денежным оборотом предприятия: Учеб. для вузов / Л.Н. Павлова. – М. : Банки и биржи, 1995. – 400 с.

138. Паламарчук Г. М. Стимулювання організаційних інновацій / Г. М. Паламарчук, М. М. Шевченко // Проблеми науки. – 2008. - № 10. – С. 7-12.

139. Панченко Є. Інтелектуальний потенціал компаній: досвід емпіричного дослідження / Є. Панченко // Економіка України. – 2005. - № 10 (527). – С. 14 -24.

140. Пельтек Л. В. Удосконалення управління фінансово-економічним станом підприємств харчової промисловості : Автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.06.01 / Л. В. Пельтек ; Нац. ун-т харч. технологій. — К., 2003. — 20 с.

141. Петрина О. Б. Методичні засади оцінювання фінансової безпеки підприємства / О. Б. Петрина. - // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – С. 229-236.

142. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : Навч. посібн. / В. О. Подольська, О. В. Яриш. – К. : Вид-во ЦНЛ, 2007. – 488 с.

143. Покатаєва О. В. Державне регулювання трансформації торговельно-економічних відносин: інституціональний підхід : Монографія / Покатаєва О. В. – Запоріжжя : КПУ, 2009. – 408 с.

144. Полозова В. М. Сучасні підходи до оцінки фінансового стану підприємства / В. М. Полозова // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький : ХНУ, 2010. - № 5. Т2. – С. 78-83.

145. Портер М. Конкуретное преимущество: создание и обеспечение более высокого уровня деятельности / М. Портер. – Нью-Йорк : Фри-Пресс, 1995. – 757 с.

146. Прохода С. В. Диверсифікація як елемент виживання в умовах кризи / С. В. Прохода // Наукові праці МАУП / Редкол. : М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін.. – К. : МАУП, 2001. – С. 144- 146.

147. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь : Монография / Под. ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова. – Донецк : ДонНУЕТ, 2009. – 550 с.
148. Романов В. Л. Антикризове управління: методологія впровадження в умовах економіки України / В. Л. Романов // Наукові праці МАУП / Редкол. : М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін.. – К. : МАУП, 2001. – С. 140- 143.
149. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. [перев. з англ. Р. Г. Вачнадзе]. – М. : Радио и связь. – 1993. – 278 с.
150. Садовська І. Б. Критичний аналіз показників господарської діяльності підприємства як вхідної інформації для моделей оцінки ймовірності банкрутства / І. Б. Садовська, С. І. Мороз // Економічний форум. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 4. – С. 361-368.
151. Салига С. Я. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / С. Я. Салига, Є. І. Лящечко, Н. В. Дацій, С. О. Корецька, Н. В. Нестеренко, К. С. Салига. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 208 с.
152. Сахарцева І. І. Ризики економічної діагностики підприємства / І. І. Сахарцева, О. В. Шляга. – К. : Кондор, 2008. – 380 с.
153. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : Монографія / За ред. В. В. Апопія, І. М. Копича. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
154. Скиба Г. І. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки / Г. І. Скиба // Облік і фінанси. – 2012. - № 1. – С. 135-138.
155. Соболев В. О. Механізм розвитку роздрібної торгівлі: організаційно-економічні засади : Монографія / В. О. Соболев. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2009. – 347 с.
156. Соколюк Г. О. Стратегія диверсифікації в управлінні конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства : Автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.00.04 / Г. О. Соколюк – Хмельницький : Хмельницький національний університет, 2012. – 20 с.
157. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко. – К. : ІВЦ “Видавництво «Політехніка»”, 2004. – 200 с.
158. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону : Монографія / за ред. А. І. Мокія, Т. Г. Васильціва. – Львів : ПАІС, 2010. – 488 с.
159. Структура балансу підприємств за видами економічної діяльності // www.ukrstat.gov.ua.
160. Статистичний щорічник Виноградівщина за 2004 рік. – Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області. Управління статистики у Виноградівському районі. – Виноградів, 2005. – с. 36.
161. Статистичний щорічник Виноградівщина за 2007 рік. – Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області. Управління статистики у Виноградівському районі. – Виноградів, 2008. – с. 44.
162. Статистичний щорічник районів і міст Закарпатської області за 2009 рік. – Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області. – Ужгород, 2010. – с. 149.

163. Статистичний щорічник Закарпаття за 2011 рік. – Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській обл. – Ужгород, 2012. – 543 с.
164. Статистичний щорічник України за 2011 рік. – Державна служба статистики України. – К. : Август Трейд, 2012. – 558 с.
165. Сучасні тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі : Монографія / О. М. Азарян, Є. М. Локтев, Л. Г. Саркісян та ін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 226 с.;
166. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : Монографія / Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, Г. Л. Піратовський та ін. – К. : КНЕУ, 2009. – 334 с.
167. Тарасевич В. Про синергетику інновацій / В. Тарасевич // Економіка України. – 2009. - № 4. – С. 65-73.
168. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : Монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 454 с.
169. Тарновська Т. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання України / Т. Тарновська // Економіст. – 2007. - № 10. С. 56-61.
170. Таршина О. С. Теоретичні аспекти зайнятості трудових ресурсів і формування ринку робочої сили / О. С. Таршина. // Економіка та держава. – 2006. - № 4. – С.92-94.
171. Тис Д. Дж. Получение экономической выгоды от знаний как активы: «новая» экономика, рынки ноу-хау и нематериальные активы / Д. Дж. Тис // Российский журнал менеджмента. – 2004. - № 2 (1). – С. 95-120.
172. Ткачук М. И. Основы финансового менеджмента / М. И. Ткачук, Е. Ф. Киреева. – М. : 2002. – С. 10.
173. Траченко О. М. Конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності: сутність, методи та критерії оцінки / О. М. Траченко // Облік і фінанси. – 2013. - № 3. – С. 143-148.
174. Управління фінансово-економічною безпекою: навч. посіб. / О. А. Кириченко, С. М. Лоптев, П. Я. Пригунов, О. І. Захаров: за ред. чл.-кор. АПН України, к.юр.н, д.іст.н., професора В. С. Сідака. – К. : «Дорадо-Друк», 2010. – 480 с.
175. Фещенко О. П. Аналіз ліквідності як важливий етап оцінки фінансового стану підприємств / О. П. Фещенко // Фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць. 2012. – Вип. 19. – С. 212-221.
176. Филипенко А. С. Экономическая глобализация: истоки и результаты / А. С. Филипенко. – Москва : «Экономика», 2010. – 511 с.
177. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: монографія / за заг. редакцією д-ра екон. наук., проф. А. О. Єпіфанова. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.
178. Футало Т. В. Формування конкурентних систем у сфері торгівлі : Монографія / Т. В. Футало. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. – 292 с.

179. Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход. // Э. Хансен, Р. Харрод. Классики кейнсианства. В двух томах. – М. : Экономика, 1997. – Т.1. – С. 195-415; Т. 2. – 431 с.
180. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К. : Кондор, 2007. – 400 с. ISBN 978-966-351-174-0.
181. Чухрій М. В. Механізм підтримки фінансової конкурентоспроможності підприємства : Автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.00.04 / М. В. Чухрій. – Хмельницький : Хмельницький національний університет, 2011. – 20 с.
182. Шаманська О. І. Загальна система формування економічного потенціалу. / О. І. Шаманська. // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - № 2 (92). – С. 109-114.
183. Швець Н. Г. Особливості ризиків управління персоналом в умовах кризи на підприємствах / Н. Г. Швець // Наукові праці МАУП / Редкол. : М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін.. – К. : МАУП, 2001. – С. 236- 238.
184. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: монографія / С. М. Шкарлет. – К. : Книжкове вид-во НАУ, 2007. – 436 с.
185. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. / Й. А. Шумпетер. - М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
186. Шуклов Л. В. Финансовый менеджмент в условиях кризиса: Опыт компаний малого и среднего бизнеса. / Л. В. Шуклов. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 240 с.
187. Юр'єва П. Б. Науково-організаційні засади розвитку торговельної сфери України : автореф. дис. к.е.н. за спец. 08.00.03 / П. Б. Юр'єва. – Ірпінь : Національний університет державної податкової служби України ДПА України, 2010. – 24 с.
188. Янковець Т. М. Обґрунтування взаємозв'язку стратегічного управління підприємством й інноваційного його розвитку / Т. М. Янковець // Проблеми науки. – 2009. - № 6. – С. 26-31.
189. Яришко О. В. Теоретичні аспекти управління фінансово-економічним станом підприємства / О. В. Яришко, О. О. Левченко, А. В. Похиленко // Економічні науки. – Дніпропетровськ : ДННУ. – № 3. – 2013, С. 34-38.
190. Juglar C. Des crises commerciales et de leur retour periodique en France, en Angleterre et aux Etats-Unis. P., 1862.
191. Kitchin J. Cycles and Trends in Economic Factors. // Review of Economic Statistics. January. 1923. Preliminary. Vol. V. P. 10-16.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібних торговельних підприємств України (Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку), млн. грн. *

АКТИВ	Код рядка	2005 рік	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік
1. Необоротні активи								
Основні засоби:								
залишкова вартість	030			49377,3	69677,1	78117,5	81301,5	84891,4
Знос	032			19482,5	26629,2	35583,1	39662,6	39786,0
Інші необоротні активи	070			8422,8	9161,3	11461,9	13100,9	15754,7
Усього за розділом I	080	66177,5	87932,4	138051,9	158205,7	167246,8	185124,3	192611,3
II. Оборотні активи								
Оборотні активи в запасах товарно-матеріальних цінностей				91292,9	118593,4	120587,1	134513,3	171776,0
Дебіторська заборгованість, всього:				264822,1	397081,0	445194,8	490736,6	511343,1
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160			146226,5	220805,8	228604,4	245906,8	261746,7
за розрахунками з бюджетом	170			10653,8	17149,4	22514,9	21740,7	23897,1
інша поточна дебіторська заборгованість	210			107941,8	159125,8	194075,5	223089,1	225699,3
Поточні фінансові інвестиції	220			23439,9	30548,5	39862,1	56483,9	88368,6
Грошові кошти	230			26792,1	32640,5	26311,5	33777,3	46906,4
Інші оборотні активи	250			15714,7	18697,7	18734,2	21153,7	40079,0
Усього за розділом II	260	225153,5	334771,3	466424,1	597561,1	650689,7	736664,8	858473,1
III. Витрати майбутніх періодів	270	1452,4	2182,5	3829,2	9117,4	9729,7	8939,1	10639,2
Баланс	280	292783,4	424886,2	608305,2	764960,2	827776,2	930790,7	857900,2

ПАСИВ	Код рядка							
1. Власний капітал								
Усього за розділом I	380	44157,8	58426,3	92643,7	66759,9	73694,2	91606,0	105728,3
II. Забезпечення витрат і платежів								
Усього за розділом II	430	1315,2	1605,5	3179,6	3126,6	3890,9	3472,5	4243,7
III. Довгострокові зобов'язання								
Усього за розділом III	480	29026,2	43584,2	74641,5	109389,1	111165,3	130874,8	144983,0
IV. Поточні зобов'язання								
Короткострокові кредити банків	500			57939,6	82058,0	79510,5	85931,8	108170,5
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510			4018,2	9290,4	12640,6	14999,0	13295,5
Кредиторська заборгованість, всього:				331971,9	493451,8	545038,7	602897,4	683860,6
за товари, роботи, послуги	530			211475,2	317760,4	337421,0	353565,5	405073,0
за розрахунками з бюджетом	550			2957,1	3169,9	3691,3	5021,7	6680,6
зі страхування	570			385,8	487,4	496,9	393,5	521,1
з оплати праці	580			994,9	1287,0	1324,1	1076,6	1255,9
Інша поточна кредиторська заборгованість	610			170747,1	170747,1	202105,4	242840,1	270330,0
Усього за розділом IV	620	217857,1	320741,1	436853,5	584800,2	637189,8	703828,2	805326,6
V. Доходи майбутніх періодів	630	427,1	529,1	986,9	884,4	1836,0	1009,2	1706,4
Баланс	640	292783,4	424886,2	608305,2	764960,2	827776,2	930790,7	857900,2

*складено за:[159; 54, с. 64-77; 55, с. 214-225; 56,с. 212-223; 57, с. 226-237].

ДОДАТОК Б

Основні показники економічної діяльності роздрібних торговельних підприємств України (Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку), млн. грн. *

СТАТТЯ	2005 рік	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010рік	2011рік
Обсяги реалізованої продукції	728059,0	941196,2	1171071,9	1425978,5	1189360,1	1408514,5	1591951,9
Операційні витрати з реалізованої продукції (робіт, послуг):	710803,5	923967,0	1145973,0	1408204,3	1161653,8	1387866,5	1546862,1
матеріальні витрати	5614,9	7555,9	11469,7	14300,9	20999,4	28885,7	40888,5
вартість товарів та послуг, придбаних для перепродажу та реалізованих без додаткової обробки	658548,6	856092,1	1050002,5	1283251,7	1030874,5	1227120,6	1353700,1
амортизація	2807,4	3939,8	5146,6	6504,6	7995,4	8498,1	8853,1
витрати на оплату праці	8798,6	12264,8	16808,3	22456,3	20943,4	24574,4	32415,8
відрахування на соціальні заходи	3043,9	4228,7	6402,3	7727,4	6858,1	7961,0	10060,7
інші операційні витрати	31990,1	39885,7	56143,6	73936,4	73983,0	90826,7	100943,9
Валові капітальні інвестиції	12082,6	18888,4	28472,0	34587,8	24679,2	23283,1	25442,3
Витрати на інформатизацію	434,9	638,0	1154,7	974,6	838,0	1095,3	1361,2
Фінансові результати до оподаткування (сальдо)	9464,2	10334,8	16816,9	- 28146,0	-8972,7	14839,3	21583,8
Чистий прибуток (збиток) підприємств	6149,5	4958,4	10759,6	-34093,2	-13903,7	7482,7	12046,7
Рентабельність операційної діяльності, %	14,8	12,7	13,1	-0,2	4,5	9,8	15,0
Рентабельність всієї діяльності, %	3,8	2,6	4,2	-8,3	-3,8	1,7	2,6
Товарооборот роздрібної торгівлі	90005	124747	171682	238523	222849	271381	338690

*складено за: [54, с. 89-106,115,137,152,156; 57, с. 93-114, 145-166; 164, с. 280].

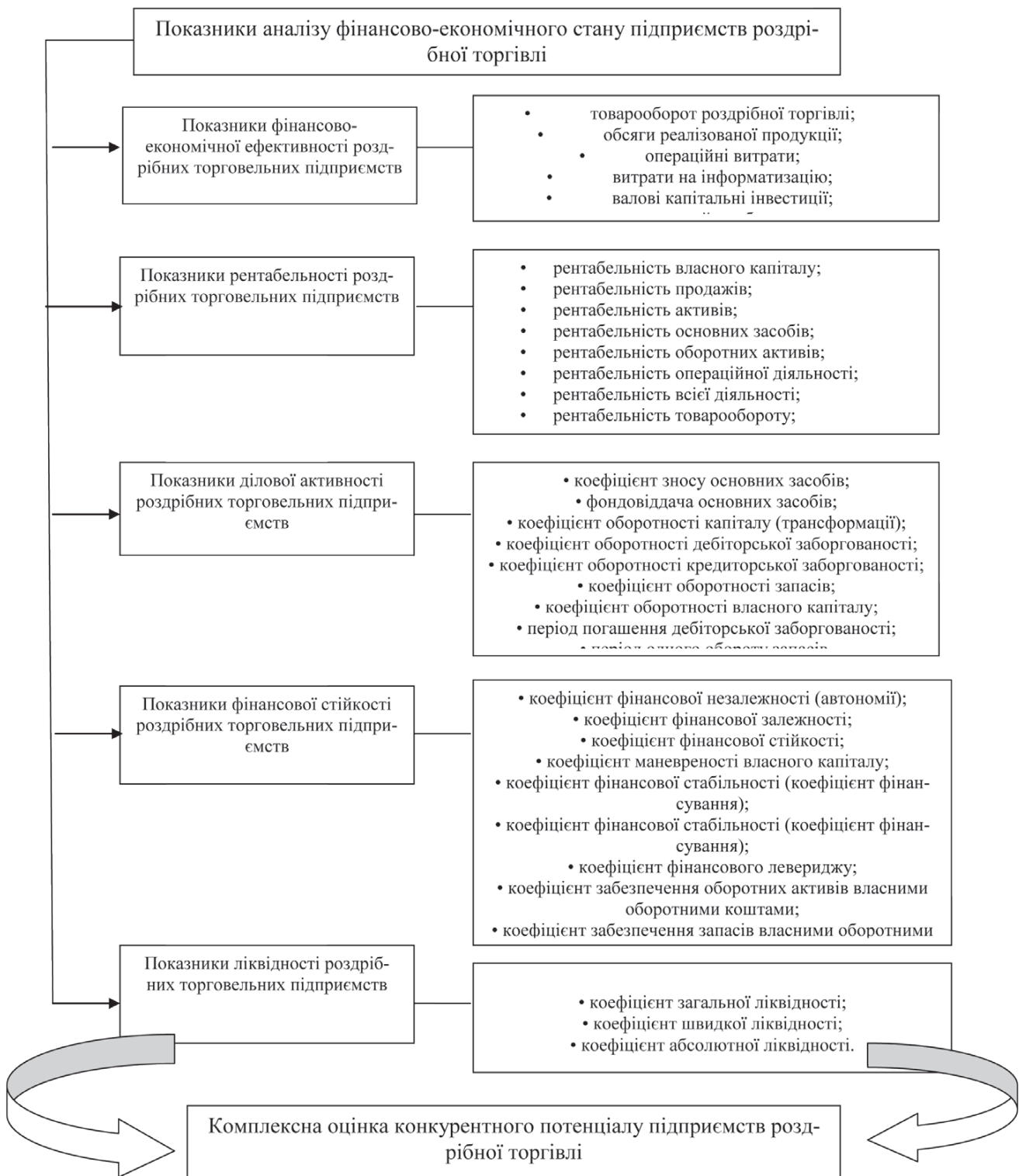


Рис. Б.1. Показники аналізу фінансово-економічного стану підприємств роздрібно́ї торгівлі

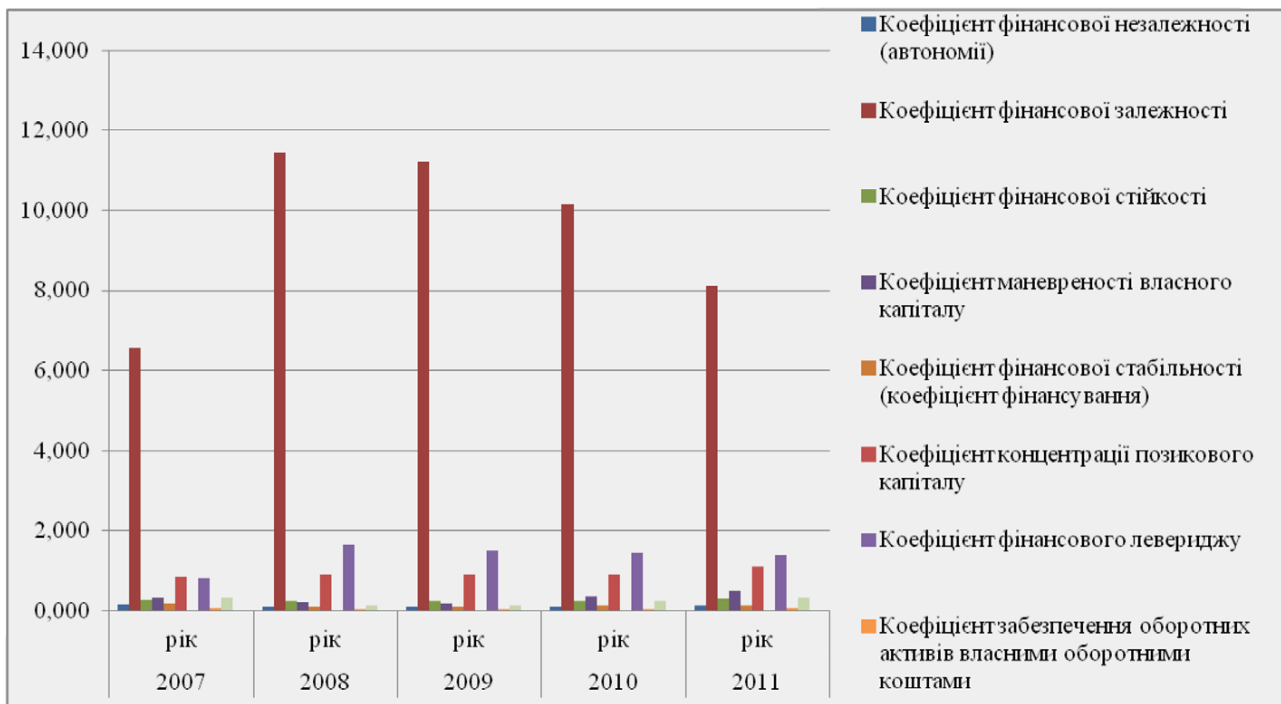


Рис. 2.1. Динаміка відносних показників фінансової стійкості підприємств роздрібної торгівлі України протягом 2007-2011 рр.

Анкета

Львівська комерційна академія проводить дослідження стану конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. В межах цього експертного опитування ми ставимо за мету визначити рівень важливості критеріїв у процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. Використовуючи шкалу відносної важливості, оберіть цифру, що відповідає Вашій оцінці.

1	Рівна важливість критеріїв		
3	Існують деякі переваги одного критерію над іншим	7	Значна перевага критерію
5	Суттєва або сильна перевага критерію	9	Абсолютна перевага

1. Оцініть важливість маркетингової складової конкурентоспроможності:

Маркетингова		Соціальна		Фінансово-інвестиційна
		Матеріально-технічна		Інноваційна
		Логістична		Інтелектуально-кадрова

2. Оцініть важливість соціальної складової конкурентоспроможності:

Соціальна		Маркетингова		Фінансово-інвестиційна
		Матеріально-технічна		Інноваційна
		Логістична		Інтелектуально-кадрова

3. Оцініть важливість матеріально-технічної складової конкурентоспроможності:

Матеріально-технічна		Маркетингова		Фінансово-інвестиційна
		Соціальна		Інноваційна
		Логістична		Інтелектуально-кадрова

4. Оцініть важливість логістичної складової конкурентоспроможності:

Логістична		Маркетингова		Фінансово-інвестиційна
		Соціальна		Інноваційна
		Матеріально-технічна		Інтелектуально-кадрова

5. Оцініть важливість фінансово-інвестиційної складової конкурентоспроможності:

Фінансово-інвестиційна		Маркетингова		Логістична
		Соціальна		Інноваційна
		Матеріально-технічна		Інтелектуально-кадрова

6. Оцініть важливість інноваційної складової конкурентоспроможності:

<i>Інноваційна</i>		Маркетингова		Логістична
		Соціальна		Фінансово-інвестиційна
		Матеріально-технічна		Інтелектуально-кадрова

7. Оцініть важливість інтелектуально-кадрової складової конкурентоспроможності:

<i>Інтелектуально-кадрова</i>		Маркетингова		Логістична
		Соціальна		Фінансово-інвестиційна
		Матеріально-технічна		Інноваційна

Дякуємо за Ваші відповіді !

ДОДАТОК Д 1.1

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства «Апарат РСС» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	2081,6	1675,2	1568,2	1656,0	1656,3	1703,0
первісна вартість	031	2654,3	2068,8	1936,4	2050,4	2059,3	2108,8
Знос	032	(572,7)	(390,6)	(368,2)	(394,4)	(403,0)	(405,8)
Інші фінансові інвестиції	045	19,0	19,0	19,0	19,0	19,0	19,0
Довгострокова дебіторська заборгованість	055						
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	2100,6	1694,2	1587,2	1675,0	1675,3	1722
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	9,4	13,4	13,3	17	17,0	17,0
Готова продукція	130						
Товари	140	6,7	5,5	2,9	2,9		
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160	47,8	47,8	47,8	47,8	45,1	-
за розрахунками з бюджетом	170	0,7	0,1	0,1	-		
із внутрішніх розрахунків	200	82,5	353,3	468,2	369,9	353,3	193,1
інша поточна дебіторська заборгованість	210						
Поточні фінансові інвестиції	220	0,4					
Грошові кошти	230	116,7	77,7	0,3	0,3	-	1,3
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	148	797,8	532,6	437,9	415,4	211,4
III. Витрати майбутніх періодів	270	47,6	47,6	47,6	47,6	47,6	
Баланс	280	2296,1	2239,6	2167,4	2160,5	2138,3	1933,4

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	2251,0	2219,1	2113,4	2114,2	2099,9	1872,4
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	--
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	3,6	4,6	-	0,1		
за розрахунками з бюджетом	550	4,2	6,3	9,9	11,5	9,6	10,2
зі страхування	570	0,8	1,4	0,2	0,2		
з оплати праці	580	6,2	6,0	6,4	3,7	3,5	4,2
з учасниками	590						
із внутрішніх розрахунків	600			29,0	25,3	25,3	25,3
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	30,3	2,2	8,5	5,5	-	21,3
Усього за розділом IV	620	45,1	20,5	54,0	46,3	38,4	61,0
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	2296,1	2239,6	2167,4	2160,5	2138,3	1933,4

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства «Апарат РСС» за 2007-2012 рр.]**

ДОДАТОК Д 1.2

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздільного торговельного підприємства «Апарат РСС» (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	1014,5	1244,3	1385,1	1531	1609,1	1631,7
Акцизний збір	020						
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	1014,5	1244,3	1385,1	1531	1609,1	1631,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(847,3)	(1028,1)	(1055,9)	(1384,3)	(1524,4)	(1458,7)
Валовий: прибуток	050	167,2	216,2	329,2	146,7	164,7	173,0
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	93,7	724,9	355,0	104,6	90,6	10,0
у т.ч. дохід від первісного визнання біологічних активів сільськогосподарської продукції, одержаних унаслідок сільськогосподарської діяльності	061	(238,7)	216,2				
Адміністративні витрати	070			(295,3)	(146,7)	(94,7)	(105,3)
Витрати на збут	080	(22,2)	(719,9)				(66,5)
Інші операційні витрати	090			(317,9)	(104,6)	(90,6)	(9,0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	100	0	5,0	71	0	2	
збиток	105						
Інші доходи	130						
Інші витрати	160						(0,2)
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток	170	0	5,0	71	0	2	2
збиток	175						
Чистий прибуток	220	0	5,0	71	0	2	2
збиток	225						

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати «Апарат РСС» за 2007-2012рр.

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства «В. Ком'ятське» СТ (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	459,3	499,3	496,8	514,9	530,8	628,4
первісна вартість	031	646,7	665,1	665,1	685,7	700,4	798,0
Знос	032	(187,4)	(165,8)	(168,3)	(170,8)	(169,6)	(169,6)
Інші фінансові інвестиції	045						
Довгострокова дебіторська заборгованість	055						
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	459,3	499,3	496,8	514,9	530,8	628,4
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	6,3	11,2	11,4	11,2	10,3	10,7
Готова продукція	130						
Товари	140	63,0	53,8	48,9	16,8	6,0	3,0
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160						
за розрахунками з бюджетом	170						
за виданими авансами	180	9,5	6,0				
із внутрішніх розрахунків	200					38,0	-
інша поточна дебіторська заборгованість	210	161,0	154,0	198,0	198,0	198,0	2,7
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	2,3	0,6	0,5	14,2	74,1	6,8
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	242,1	225,6	258,8	240,2	326,4	23,2
III. Витрати майбутніх періодів	270	25,0	17,1	0,3	1,5		
Баланс	280	726,4	742,0	755,9	756,6	857,2	651,6

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	717,8	719,8	691,1	700,3	820,5	607,3
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	--
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	2,5	9,7	7,1	-		
за розрахунками з бюджетом	550	-	3,3	2,3	1,4	2,8	0,6
зі страхування	570	1,2	1,0	1,3	1,2	3,2	1,5
з оплати праці	580	4,9	4,8	4,8	3,7	7,0	3,2
з учасниками	590					-	18,0
із внутрішніх розрахунків	600						
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	-	3,4	49,3	50,0	23,7	21,0
Усього за розділом IV	620	8,6	22,2	64,8	56,3	36,7	44,3
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	726,4	742,0	755,9	756,6	857,2	651,6

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства «В. Ком'ятське» СТ за 2007-2012 рр.]**

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібно-го торгівельного підприємства «В. Ком'ятське» СТ (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	576,2	727,8	829,0	921,8	995,3	1037,9
Акцизний збір	020						
Інші вирахування з доходу	030		(1,2)	(1,3)	(0,4)		
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	576,2	726,6	827,7	921,4	995,3	1037,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(476,1)	(590,3)	(697,0)	(824,7)	(913,5)	(941,7)
Валовий: прибуток	050	100,1	136,3	130,7	96,7	81,8	96,2
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	58,8	60,6	5,5	5,4	158,6	6,8
Адміністративні витрати	070	(22,8)	(27,7)	(22,8)	(26,2)	(17,5)	(61,4)
Витрати на збут	080	(69,5)	(94,9)	(82,4)	(56,7)	(78,5)	(33,7)
Інші операційні витрати	090	(65,1)	(68,3)	(29,4)	(16,2)	(24,2)	(5,2)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	100	1,5	2,0	1,5	3,0	120,2	2,7
збиток	105						
Інші доходи	130						
Інші витрати	160						(0,1)
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток	170	1,5	2,0	1,5	3,0	120,2	2,6
збиток	175						
Чистий прибуток	220	1,5	2,0	1,5	3,0	120,2	2,6
збиток	225						

*складено за:[Форма № 2 «Звіт про фінансові результати «В. Ком'ятське» СТ за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства Вилоцьке СТ (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	869,2	913,2	229,0	229,0	979,9	1023,4
первісна вартість	031	1463,1	1507,8	431,5	431,5	1625,6	1673,6
Знос	032	(593,9)	(594,6)	(202,5)	(202,5)	(645,7)	(650,2)
Довгострокова дебіторська заборгованість	055			739,2	736,3		
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	869,2	913,2	968,2	965,3	979,9	1023,4
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100						
Готова продукція	130						
Товари	140						
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160	0,8					
за розрахунками з бюджетом	170						
із внутрішніх розрахунків	200						
інша поточна дебіторська заборгованість	210						
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230		20,9				
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	0,8	20,9				
III. Витрати майбутніх періодів	270	15,3					
Баланс	280	885,3	934,1	968,2	965,3	979,9	1023,4

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	866,2	859,9	894,3	894,2	912,9	954,,9
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	--
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530						
за розрахунками з бюджетом	550	0,3	1,6	1,8	2,2	0,5	1,1
зі страхування	570	0,5	0,8	1,3	1,4	1,5	2,4
з оплати праці	580			3,3	4,5	3,5	2,4
з учасниками	590						1,1
із внутрішніх розрахунків	600						
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	15,3	68,3	67,5	63,0	61,5	61,5
Усього за розділом IV	620	19,1	74,2	73,9	71,1	67,0	68,5
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	885,3	934,1	938,2	965,3	979,9	1023,4

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства Вилоцьке СТ за 2007-2012 рр.]**

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібно-го торговельного підприємства Вилоцьке СТ (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від ре- алізації (товарів, робіт, послуг)	010	504,0	629,3	853,4	1002,7	1014,2	1078,6
Акцизний збір	020						
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	504,0	629,3	853,4	1002,7	1014,2	1078,6
Собівартість реалізова- ної продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(459,5)	(561,2)	(765,0)	(900,0)	(915,3)	(950,5)
Валовий: прибуток	050	44,5	68,1	88,4	102,7	98,9	128,1
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	50,6	94,0	27,1	29,3	26,3	26,6
Адміністративні ви- трати	070	(53,8)	(66,1)	(59,3)	(75,8)	(83,2)	(86,9)
Витрати на збут	080	(28,3)	(17,0)	(24,8)	(18,8)	(7,5)	(32,7)
Інші операційні витрати	090	(12,0)	(66,5)	(24,8)	(31,7)	(28,7)	(27,2)
Фінансовий результат від операційної діяль- ності: прибуток	100	1,0	12,5	6,6	5,7	5,8	7,9
збиток	105						
Інші доходи	130	32,3					
Інші витрати	160	(26,0)		(0,1)	(0,2)	(0,2)	(0,2)
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування: при- буток	170	7,3	12,5	6,5	5,5	5,6	7,7
збиток	175						
Чистий прибуток	220	7,3	12,5	6,5	5,5	5,6	7,7
збиток	225						

*складено за:[Форма № 2 «Звіт про фінансові результати Вилоцьке СТ за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства «МТВП» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	359,0	462,5	464,6	469,8	482,2	511,8
первісна вартість	031	495,5	493,0	512,8	518,0	530,4	561
Знос	032	(136,5)	(30,5)	(48,2)	(48,2)	(48,2)	(49,2)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	359,0	462,5	464,6	469,8	482,2	511,8
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	31,0	61,6	67,4	70,2	76,3	76,3
Готова продукція	130						
Товари	140	27,2	24,2	22,8	16,8		
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160	53,1	2,1	0,6	0,7		
за розрахунками з бюджетом	170	0,2	-	-	0,1		
із внутрішніх розрахунків	200					2,7	-
інша поточна дебіторська заборгованість	210						
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	0,1	0,5	0,1	1,3		
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	111,6	88,4	90,9	89,1	79,0	76,3
III. Витрати майбутніх періодів	270						
Баланс	280	470,6	550,9	555,5	558,9	561,2	588,1

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	452,9	498,2	490,3	512,5	515,2	584,6
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	-
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	4,4	6,0	8,8	5,9	0,9	-
за розрахунками з бюджетом	550	5,1	5,6	5,9	3,6	3,2	1,4
зі страхування	570	1,8	2,5	0,9	0,3	-	-
з оплати праці	580	3,9	10,0	7,5	4,7	3,6	0,1
із внутрішніх розрахунків	600	-	24,2	-	-	-	-
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	2,5	4,4	42,1	31,9	37,7	2,0
Усього за розділом IV	620	17,7	52,7	65,2	46,4	45,4	3,5
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	470,6	550,9	555,5	558,9	561,2	588,1

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства «МТВП» за 2007-2012 рр.]**

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібно-го торговельного підприємства «МТВП» (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	524,7	602,6	578,6	639,0	702,0	790,9
Акцизний збір	020	(1,1)	(1,3)	(1,9)	(2,3)	(4,0)	(-)
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	523,6	601,5	576,7	636,7	698,0	790,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(404,4)	(336,6)	(314,8)	(412,6)	(517,6)	(790,9)
Валовий: прибуток	050	119,2	264,7	261,9	224,1	180,4	
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	141,9	65,3	30,7	38,8	24	154,9
Адміністративні витрати	070	(16,9)	(25,4)	(25,1)	(31,3)	(24,6)	(44,3)
Витрати на збут	080	(174,0)	(186,5)	(190,7)	(188,6)	(140,1)	(89,9)
Інші операційні витрати	090	(39,8)	(77,3)	(68,1)	(39,3)	(34,5)	(8,0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	100	30,4	40,8	8,7	3,7	5,2	12,7
збиток	105						
Інші доходи	130						7,8
Інші витрати	160					(0,2)	(0,1)
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток	170	30,4	40,8	8,7	3,7	5,0	20,4
збиток	175						
Чистий прибуток	220	30,4	40,8	8,7	3,7	5,0	20,4
збиток	225						

*складено за:[Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» «МТВП» за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства «Ринок» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	263,8	448,9	487,7	481,4	472,0	611,2
первісна вартість	031	388,1	596,5	656,0	669,8	672,9	819,8
Знос	032	(124,3)	(147,6)	(168,3)	(188,4)	(200,9)	(208,6)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	263,8	448,9	487,7	481,4	472,0	611,2
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	2,0	-	4,6	3,6	5,2	6,0
Готова продукція	130						
Товари	140	2,2	4,1	7,1	6,5		
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160					4,1	-
за розрахунками з бюджетом	170	1,6	0,4	7,9	4,3	6,8	-
із внутрішніх розрахунків	200	67,0	64,4	65,2	112,4	111,9	12,9
інша поточна дебіторська заборгованість	210	0,8	-	14,4		17,3	6,3
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	4,1	11,1	17,0	-	12,0	1,5
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	77,7	80,0	116,2	126,8	157,3	26,7
III. Витрати майбутніх періодів	270						
Баланс	280	341,5	528,9	603,9	608,2	629,3	637,9

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	328,4	493,1	572,6	571,5	625,2	626,7
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	-
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	-	0,1	1,5	6,0		
за розрахунками з бюджетом	550	8,8	20,1	17,9	12,2	4,1	0,8
зі страхування	570	-	0,6	0,2	0,1	-	0,4
з оплати праці	580	4,3	13,5	11,6	13,3	-	5,2
із внутрішніх розрахунків	600			0,1	5,1		
Інша поточна кредиторська заборгованість	610						4,8
Усього за розділом IV	620	13,1	35,8	31,3	36,7	4,1	11,2
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	341,5	528,9	603,9	608,2	629,3	637,9

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства «Ринок» за 2007-2012 рр.]**

**Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати»
роздрібного торгівельного підприємства «Ринок» (тис. грн.)***

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	576,6	654,5	665,0	525,8	707,3	480,0
Акцизний збір	020			(2,4)	(2,4)	(2,6)	
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	576,6	654,5	662,6	523,4	704,7	480,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(127,1)	(67,5)	(71,6)	(66,0)	(118,1)	
Валовий: прибуток	050	449,5	587,0	591,0	457,4	586,6	480,0
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	29,7	70,2	59,5	64,3		
Адміністративні витрати	070	(96,4)	(74,0)	(89,5)	(72,9)	(99,1)	(91,8)
Витрати на збут	080	(273,0)	(314,8)	(298,6)	(299,9)	(391,5)	(336,4)
Інші операційні витрати	090	(62,6)	(67,6)	(161,1)	(89,8)	(51,4)	(24,1)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	100	47,2	100,8	101,3	59,1	44,6	27,7
збиток	105						
Інші витрати	160						(0,6)
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток	170	47,2	100,8	101,3	59,1	44,6	27,1
збиток	175						
Чистий прибуток	220	47,2	100,8	101,3	59,1	44,6	27,1
збиток	225						

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» «Ринок» за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства СТ «Довіра» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	634,1	662,5	482,6	798,5	831,7	889,8
первісна вартість	031	813,1	854,8	650,5	989,7	1031,3	1096,5
Знос	032	(178,7)	(192,3)	(167,9)	(191,2)	(199,6)	(206,7)
Інші фінансові інвестиції	045						
Довгострокова дебіторська заборгованість	055			275,3	106,7	106,7	106,7
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	634,4	662,5	757,9	905,2	938,4	996,5
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	0,1	0,1	0,1	0,1		
Готова продукція	130						
Товари	140	21,5	21,1	18,3	18,3	12,4	12,4
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160	0,8	17,8				
за розрахунками з бюджетом	170	0,1	-				
із внутрішніх розрахунків	200	12,7	11,9				
інша поточна дебіторська заборгованість	210						
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	9,7	52,7	44,2	15,5	36,4	31,1
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	44,9	103,6	62,6	33,9	48,8	43,5
III. Витрати майбутніх періодів	270	15,7	14,8	1,2	0,7	0,7	0,4
Баланс	280	695,0	780,9	821,7	939,8	987,9	1040,4

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	685,3	698,4	737,6	856,2	903,2	960,8
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	--
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	3,2	3,2				
за розрахунками з бюджетом	550	1,6	2,6	2,5	2,1	2,0	1,3
зі страхування	570	0,9	0,8	1,6	1,5	3,3	1,4
з оплати праці	580	2,8	5,0	4,6	5,1	5,9	3,5
з учасниками	590						
із внутрішніх розрахунків	600	1,2	70,9	75,4	74,9	73,5	73,4
Інша поточна кредиторська заборгованість	610						
Усього за розділом IV	620	9,7	82,5	84,1	83,6	84,7	79,6
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	695,0	780,9	821,7	939,8	897,9	1040,4

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства СТ «Довіра» за 2007-2012 рр.]**

**Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного
торгівельного підприємства СТ «Довіра» (тис. грн.)***

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	802,6	854,8	976,3	1107,0	1422,1	1467,8
Акцизний збір	020						
Чистий дохід (ви- ручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	802,6	854,8	976,3	1107,0	1422,1	1467,8
Собівартість реалізо- ваної продукції (това- рів, робіт, послуг)	040	(753,4)	(773,2)	(883,0)	(993,1)	(1303,3)	(1350,2)
Валовий: прибуток	050	49,2	81,6	93,3	113,9	118,7	117,6
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	39,5	47,8	42,5	41,5	27,9	38,3
Адміністративні ви- трати	070	(38,4)	(48,5)	(89,7)	(108,0)	(99,5)	(111,7)
Витрати на збут	080	(9,9)	(29,7)	(-)	(-)	(10,6)	(15,7)
Інші операційні витрати	090	(39,3)	(47,8)	(42,5)	(41,5)	(27,9)	(19,7)
Фінансовий результат від операційної діяль- ності: прибуток	100	1,1	3,4	3,6	5,9	8,6	8,8
збиток	105						
Інші доходи	130						
Інші витрати	160						
Фінансовий результат від звичайної діяль- ності до оподаткуван- ня: прибуток	170	1,1	3,4	3,6	5,9	8,6	8,8
збиток	175						
Чистий прибуток	220	1,1	3,4	3,6	5,9	8,6	8,8
збиток	225						

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати СТ «Довіра» за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства «Королівське СТ Фантазія» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	719,0	646,2	718,0	846,2	713,9	712,8
первісна вартість	031	1017,9	913,7	985,5	1117,2	978,0	978,0
Знос	032	(289,9)	(267,5)	(267,5)	(271,0)	(264,2)	(265,2)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	719,0	646,2	718,0	846,2	713,8	712,8
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	13,2	47,2	52,0	53,0	53,5	53,5
Готова продукція	130						
Товари	140	65,1	72,2	26,5	26,3		
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160	9,1	-				
за розрахунками з бюджетом	170	0,4	0,1	0,2	-		
із внутрішніх розрахунків	200			7,8	11,3		
інша поточна дебіторська заборгованість	210	6,3	7,6	3,8	4,4	18,0	8,0
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	10,2	56,6	1,4	2,3	2,5	-
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	104,3	183,7	91,7	93,1	74,0	61,5
III. Витрати майбутніх періодів	270			12,0			
Баланс	280	823,3	829,9	821,7	940,4	787,8	774,3

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	775,0	774,4	769,2	922,5	772,7	766,9
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	--
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	35,6	34,6	36,6	9,5	6,0	-
за розрахунками з бюджетом	550	6,4	6,7	5,5	6,2	1,3	0,6
зі страхування	570	-	7,0	1,8	1,0	2,8	0,9
з оплати праці	580	4,4	7,2	8,6	5,1	5,0	2,1
з учасниками							5
із внутрішніх розрахунків	600	1,5					3,8
Інша поточна кредиторська заборгованість	610						
Усього за розділом IV	620	47,9	55,5	52,5	21,8	15,1	7,4
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	823,3	829,9	821,7	944,3	787,8	774,3

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» підприємства «Королівське СТ Фантазія» за 2007-2012 рр.]**

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного торговельного підприємства «Королівське СТ Фантазія» (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	117,3	729,7	838,3	955,0	1202,9	1236,6
Акцизний збір	020		(3,2)	(1,6)	(1,6)	(2,2)	()
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	117,3	726,5	836,7	953,4	1200,7	1236,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(88,0)	(457,6)	(534,3)	(753,3)	(989,1)	(1162,3)
Валовий: прибуток	050	29,3	268,9	302,4	200,1	215,6	74,3
збиток	055						
Інші операційні доходи	060	6,1	429,0	4,6	18,8	1,1	12,0
Адміністративні витрати	070	(2,9)	(68,4)	(70,3)	(58,3)	(95,7)	(39,7)
Витрати на збут	080	(18,6)	(155,5)	(178,0)	(124,0)	(103,0)	(21,4)
Інші операційні витрати	090	(7,2)	(348,9)	(58,7)	(36,6)	(14,0)	(17,2)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	100	6,7	125,1	0	3,5	4,0	8,0
збиток	105						
Інші доходи	130						
Інші витрати	160						
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток	170	6,7	125,1	0	3,5	4,0	8,0
збиток	175						
Чистий прибуток	220	6,7	125,1	0	3,5	4,0	8,0
збиток	225						

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» «Королівське СТ Фантазія» за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства ТЗОВ «ЧЕКОТЕКС» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	669,0	664,0	617,0	578,0	1054,0	583,8
первісна вартість	031	1322,0	1374,0	1374,0	1316,2	1809,0	1182,0
Знос	032	(653,0)	(710,0)	(757,0)	(738,2)	(755,0)	(598,2)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	669,0	664,0	617,0	578,0	1054,0	583,8
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	64,0	121,0	158,0	73,9	11,0	4,3
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160	101,0	66,0	87,0	68,5	24,0	12,8
за розрахунками з бюджетом	170	-	-			-	3,6
інша поточна дебіторська заборгованість	210					-	1,3
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	17,0	7,0	12,8	4,1	6,0	-
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	182,0	194,0	257,8	146,5	41,0	22,5
III. Витрати майбутніх періодів	270						
Баланс	280	851,0	858,0	874,8	724,5	1095,0	606,3

ПАСИВ	Код Рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	203,0	212,0	186,1	62,0	1047,0	551,8
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	-
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500	46,0	55,0	28,0	29,0	25,0	23,3
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	248,0	131,0	126,0	99,1	16,0	14,0
за розрахунками з бюджетом	550	14,0	16,0	9,0	-	-	11,6
зі страхування	570	5,0	5,0	7,3	4,6	3,0	0,3
з оплати праці	580	12,0	11,0	16,8	4,8	4,0	5,3
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	323,0	428,0	501,6	525,0	-	-
Усього за розділом IV	620	648,0	646,0	688,7	662,5	48,0	54,5
V. Доходи майбутніх періодів	630	-	-			-	-
Баланс	640	851,0	858,0	874,8	724,5	1095,0	606,3

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТЗОВ «ЧЕКОТЕКС» за 2007-2012 рр.]**

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного торговельного підприємства ТзОВ «ЧЕКОТЕКС» (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	3243,7	1615,0
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	020	(540,6)	(269,0)
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	035	2703,1	1346,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(2362,4)	(1148,0)
Валовий : прибуток	050	3407	198,0
збиток	055	-	-
Інші операційні доходи	060	-	-
Адміністративні витрати	070	(136,2)	(45,0)
Витрати на збут	080	(112,8)	(85,0)
Інші операційні витрати	090	(59,7)	(19,0)
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток	100	32,0	49,0
збиток	105	-	-
Фінансові витрати	140	-	(4,0)
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток	170	32,0	45,0
збиток	175	-	-
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	-	4,0
Фінансові результати від звичайної діяльності: прибуток	190	32,0	41,0
збиток	195	-	-
Чистий прибуток	220	32,0	41,0
збиток	225	-	-

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТзОВ «ЧЕКОТЕКС» за 2007-2008рр.]

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного торговельного підприємства ТзОВ «ЧЕКОТЕКС» (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	1970,7	1584,8	753,6	860,5
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	020	(328,4)	(204,1)	(125,6)	(143,5)
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	030	1642,3	1320,7	628,0	717,0
Інші операційні доходи	040	343,4	42,7	-	-
Разом чисті доходи (030+040+050+060)	070	1985,7	1363,4	628,0	717,0
Собівартість реалізованої продукції	080			(582,0)	(591,4)
Інші операційні витрати	090			(22,4)	(90,5)
Інші витрати				(3,6)	(23,9)
Разом витрати (080+090+100)				(608,0)	(705,8)
Матеріальні затрати	090	(703,5)	(522,4)		
Витрати на оплату праці	100	(206,8)	(215,9)		
Відрахування на соціальні заходи	110	(77,1)	(80,0)		
Амортизація	120	(47,1)	(23,6)		
Інші операційні витрати	130	(29,3)	(59,5)		
Покупна вартість товарів для торгівлі	140	(880,6)	(443,7)		
Фінансовий результат до оподаткування (070-120)				20,0	11,2
Податок на прибуток	170	(17,3)	(6,8)	(5,5)	(7,4)
Разом витрати (090+100+110+120+130+140+150+080+160+170)	180	1970,7	1349,9		
Чистий прибуток (збиток) (070-180)	190	15,0	13,5	14,5	3,8

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТзОВ «ЧЕКОТЕКС» за 2009-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства ТОВ «Данко» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	267,7	256,8	246,8	246,8	236,5	238,5
первісна вартість	031	337,9	315,8	315,8	315,8	315,8	317,8
Знос	032	(70,2)	(59,0)	(69,0)	(69,0)	(79,3)	(79,3)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	267,7	256,8	246,8	246,8	236,5	238,5
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100						
Готова продукція	130	56,8	74,3	64,9	59,9	45,0	19,2
Дебіторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160						5,6
за розрахунками з бюджетом	170	-	0,8	2,0	0,1	4,2	0,3
інша поточна дебіторська заборгованість	210						
Поточні фінансові інвестиції	220						
Грошові кошти	230	0,2	0,1	1,1	1,8	0,2	0,1
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	57,0	75,2	68,0	61,8	49,4	25,2
III. Витрати майбутніх періодів	270	120,0	120,0	320,0	320,0	320,0	320,0
Баланс	280	444,7	452,0	634,8	628,6	605,9	583,7

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	310,9	361,2	574,2	574,5	580,5	580,5
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	-
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	129,9	85,6	54,6	42,3	17,3	-
за розрахунками з бюджетом	550	1,8	2,4	2,5	4,7	1,6	0,9
зі страхування	570						
з оплати праці	580	2,1	2,8	3,5	7,1	6,5	2,3
Інша поточна кредиторська заборгованість	610						
Усього за розділом IV	620	133,8	90,8	60,6	54,1	25,4	3,2
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	444,7	452,0	634,8	628,6	605,9	583,7

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТОВ «Данко» за 2007-2012 рр.]**

Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного торгівельного підприємства ТОВ «Данко» (тис. грн.)*

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	143,1	198,5	280,7	298,2	297,1	293,0
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	020	-	-	-	-	-	-
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	030	-	198,5	280,7	298,2	297,1	293,0
Інші операційні доходи	040	-	8,8	11,9	12,5	26,5	
Інші звичайні доходи	050	-	10,6	1,7	1,2	3,0	
Разом чисті доходи (030+040+050+060)	070	143,1	217,9	294,3	311,9	326,6	293,0
Матеріальні затрати	090	(11,3)	(19,8)	(24,3)	(21,1)		
Витрати на оплату праці	100	(30,8)	(36,7)	(50,5)	(80,4)	(86,8)	(62,2)
Відрахування на соціальні заходи	110	(5,0)	(9,8)	(14,8)	(27,1)	(27,5)	(23,4)
Амортизація	120	(9,0)	-	(10,0)	-		
Інші операційні витрати	130	(19,3)	(21,8)	(29,1)	(31,1)	(63,4)	(53,3)
у тому числі єдиний податок	131	(14,3)	(20,9)	(28,2)	(29,8)		
покупні товари	140	(63,8)	(103,2)				
Собівартість реалізованих товарів				(144,5)	(138,0)	138,7	141,9
Інші звичайні витрати	150			(8,0)	(1,4)		
Разом витрати (090+100+110+120+130+140+150+080+160+170)	180	(139,2)	(207,6)	(281,8)	(299,1)	(316,4)	(280,8)
Фінансовий результат до оподаткування						10,2	12,2
Чистий прибуток (збиток)	190	3,9	10,3	12,5	12,8	10,2	12,2

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТОВ «Данко» за 2007-2012рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства ТОВ «Джерельце» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	211,9	203,7	184,2	187,7	194,7	191,6
первісна вартість		324,9	319,6	302,3	312,3	317,7	328,8
Знос	032	(113,0)	(115,9)	(118,1)	(124,6)	(123,0)	(137,2)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	211,9	203,7	184,2	187,7	194,7	191,6
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	150,4	230,5	250,9	273,7	188,0	-
Дебіторська заборгова- ність, всього:							
за товари, роботи, по- слуги: чиста реалізаційна вартість	160	-	15,8	11,1	15,3	24,5	23,3
за розрахунками з бюдже- том	170	-	2,0	0,2	2,8	0,2	0,2
інша поточна дебіторська заборгованість	210	6,9	10,8	-	-	-	-
Поточні фінансові інвес- тиції	220						
Грошові кошти	230	49,0	34,3	55,9	36,1	68,4	47,0
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	206,3	293,4	318,1	327,9	281,1	70,5
III. Витрати майбутніх періодів	270	0,7	0,9	-	1,0	-	-
Баланс	280	418,9	498,0	502,3	516,6	476,3	262,1

ПАСИВ	Код рядка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	333,3	343,7	351,5	396,9	366,6	258,4
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	-
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	51,6	109,6	85,7	68,9	50,7	0,5
за розрахунками з бюджетом	550	12,8	11,9	19,6	19,9	29,8	3,2
зі страхування	570	3,1	3,9	3,7	-	-	-
з оплати праці	580	6,2	7,7	8,1	-	-	-
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	11,9	21,2	33,7	30,9	29,2	-
Усього за розділом IV	620	85,6	154,3	150,8	119,7	109,7	3,7
V. Доходи майбутніх періодів	630	-	-	-	-	-	-
Баланс	640	418,9	498,0	502,3	516,6	476,3	262,1

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТОВ «Джерельце» за 2007-2012 рр.]**

**Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного
торгівельного підприємства ТОВ «Джерельце» (тис. грн.)***

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	2848,8	3261,6	4085,6	45,20	4564,8	736,8
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	020	(543,6)	(474,8)	(680,9)	(753,4)	(760,7)	(85,1)
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	030	2374,0	2718,0	3404,7	3766,7	3803,7	651,7
Інші операційні доходи	040	41,8	-	39,9	0,5	1,3	9,6
Надзвичайні доходи	060	-	-	-	-	-	
Разом чисті доходи	070	2415,8	2718,0	3444,6	3767,2	3805,0	661,3
Матеріальні витрати	090	(49,5)	(66,3)	(86,1)	(82,9)		
Витрати на оплату праці	100	(247,0)	(286,3)	(316,1)	(332,1)		
Відрахування на соціальні заходи	110	(92,1)	(103,3)	(114,1)	(122,3)		
Амортизація	120	(7,9)	(8,1)	(7,1)	(6,5)		
Інші операційні витрати	130	(89,4)	(100,2)	(119,7)	(115,9)	(270,2)	(157,8)
Собівартість реалізованої продукції	140	(1864,8)	(2091,5)	(2663,0)	(2988,2)	(3502,2)	(551,1)
Інші звичайні витрати	150	(8,3)	(6,2)	(13,6)	(12,0)	(14,7)	(23,6)
Надзвичайні витрати	160	-	-	-	-		
Податок на прибуток	170	16,3	15,6	(34,7)	(29,8)	(10,9)	(4,8)
Разом витрати	180	2375,3	2677,5	(3354,4)	(3689,7)	(3787,1)	(732,5)
Фінансовий результат до оподаткування (070-120)						17,9	-71,2
Чистий прибуток (збиток)	190	40,5	40,5	90,2	77,5	7,0	-76,0

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТОВ «Джерельце» за 2007-2012 рр.]

Узагальнені дані форми № 1 «Баланс» роздрібного торгівельного підприємства ТОВ «ЛМ» (тис. грн.)*

АКТИВ	Код ряд- ка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1. Необоротні активи							
Основні засоби:							
залишкова вартість	030	21,7	20,1	20,8	19,5	15,7	13,6
первісна вартість	031	43,7	43,7	45,7	45,7	26,6	26,6
Знос	032	(22,0)	(23,6)	(24,9)	(26,2)	(10,9)	(13,0)
Інші необоротні активи	070						
Усього за розділом I	080	21,7	20,1	20,8	19,5	15,7	13,6
II. Оборотні активи							
Виробничі запаси	100	39,9	27,2	41,5	38,2	21,3	-
Готова продукція	130						
Дебіторська заборгова- ність, всього:							
за товари, роботи, послуги: чиста реалізаційна вартість	160						
за розрахунками з бю- джетом	170					0,7	0,4
інша поточна дебітор- ська заборгованість	210	3,2	2,8			-	6,0
Поточні фінансові інвес- тиції	220						
Грошові кошти	230	-	0,5	2,9	0,1	0,1	0,3
Інші оборотні активи	250						
Усього за розділом II	260	43,1	30,5	44,4	38,3	22,1	6,7
III. Витрати майбутніх періодів	270	-	49,4	81,0	109,5	115,1	110,8
Баланс	280	64,8	100,0	146,2	167,3	152,9	131,1

ПАСИВ	Код ряд- ка						
1. Власний капітал							
Усього за розділом I	380	(25,9)	(23,9)	85,1	85,8	85,9	86,0
II. Забезпечення витрат і платежів							
Усього за розділом II	430	-	-	-	-	-	-
III. Довгострокові зобов'язання							
Усього за розділом III	480	-	-	-	-	-	-
IV. Поточні зобов'язання							
Короткострокові кредити банків	500						
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510						
Кредиторська заборгованість, всього:							
за товари, роботи, послуги	530	37,4	25,3	23,8	14,1		
за розрахунками з бюджетом	550	2,5	1,9	1,5	2,2	1,2	1,1
зі страхування	570						
з оплати праці	580	1,4	2,3	2,6	-	1,1	
Інша поточна кредиторська заборгованість	610	49,4	94,4	31,9	65,0	64,7	44,0
Усього за розділом IV	620	90,7	123,9	61,1	81,5	67,0	45,1
V. Доходи майбутніх періодів	630						
Баланс	640	64,8	100,0	146,2	167,3	152,9	131,1

***складено за:[Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТОВ «ЛМ» за 2007-2012 рр.]**

**Узагальнені дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» роздрібного
торгівельного підприємства ТОВ «ЛМ» (тис. грн.)***

СТАТТЯ	Код рядка	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
Дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	010	141,5	230,9	143,2	223,1	286,3	172,6
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	020	-	-	-	-	-	-
Чистий дохід (виручка) від реалізації (товарів, робіт, послуг)	030	141,5	230,9	143,2	223,1	286,3	172,6
Інші операційні доходи	040	-	7,8	6,8	12,2	11,2	44,6
Інші звичайні доходи	050						
Разом чисті доходи (030+040+050+060)	070	141,5	238,7	150,0	235,3	297,5	217,2
Матеріальні затрати	090	(15,7)	(17,7)	(6,0)	(5,5)		
Витрати на оплату праці	100	(18,4)	(30,2)	(31,1)	(35,7)		
Відрахування на соціальні заходи	110	(6,2)	(10,3)	(10,5)	(13,0)		
Амортизація	120	(1,7)	(1,5)	(1,3)	(1,3)		
Інші операційні витрати	130	(25,4)	(30,0)	(17,2)	(32,0)	(29,2)	(24,9)
у тому числі єдиний податок	131	(7,5)	(23,9)	(15,0)	(18,0)	(12,7)	(2,3)
Собівартість реалізованих товарів	140	(107,4)	(174,0)	(83,4)	(147,1)	(268,2)	(190,0)
Інші звичайні витрати	150						
Разом витрати (090+100+110+120+130+140+150+080+160+170)	180	(174,8)	(236,7)	(149,5)	(234,6)	(297,4)	(214,9)
Фінансовий результат до оподаткування						0,1	2,3
Податок на прибуток						-	(2,2)
Чистий прибуток (збиток)	190	(33,3)	2,0	0,5	0,7	0,1	0,1

*складено за: [Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ТОВ «ЛМ» за 2007-2012рр.]

**Матриця експертних суджень щодо конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств за окремими складовими у 2010 р.
(за результатами експертного оцінювання)**

Маркетинговий критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1/3	3	1/5	1/3	1/3	1/3	3	1/3	1	0,015	0,0015
	2	1/3	1	3	3	3	1	1/3	1/5	1/3	1/5	3	0,031	0,0034
	3	3	1/3	1	3	1/3	1	3	1/3	1/3	1/5	1/3	0,014	0,0015
	4	1/3	1/3	1/3	1	1/3	3	3	1	1	3	3	0,091	0,0099
	5	5	1/3	3	3	1	3	3	1/3	3	1/3	5	1,364	0,1479
	6	3	1	1	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/5	3	0,008	0,0008
	7	3	3	1/3	1/3	1/3	3	1	1/3	5	1/5	5	0,117	0,0127
	8	3	5	3	1	3	3	3	1	1/3	1/3	3	1,830	0,1984
	9	1/3	3	3	1	1/3	3	1/5	3	1	5	3	0,472	0,0512
	10	3	5	5	1/3	3	5	5	3	1/5	1	3	5,281	0,5726
	11	1	1/3	3	1/3	1/5	1/3	1/5	1/3	1/3	1/3	1	0,001	0,0001
Величина максимального власного значення матриці													11,520	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,052	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,034	

Соці- альний критерій		Підприємства											Середньо- геометрич- ні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	3	1/3	1/7	1	3	3	5	3	1	0,691	0,0049
	2	1/3	1	1	3	3	1/3	1/3	3	5	3	1	0,352	0,0765
	3	1/3	1	1	3	3	1	1	3	3	1	3	0,818	0,0066
	4	3	1/3	1/3	1	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	0,017	0,0147
	5	7	1/3	1/3	3	1	1/3	1/3	3	5	3	3	0,538	0,2852
	6	1	3	1	1/3	3	1	1	3	1/3	1	3	0,273	0,0022
	7	1/3	3	1	3	3	1	1	3	5	3	3	1,198	0,0013
	8	1/3	3	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	3	1	0,052	0,3976
	9	1/5	1/5	1/3	3	1/5	3	1/5	1/3	1	3	1/3	0,004	0,1275
	10	1/3	1/3	1	1	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1	1/3	0,002	0,0570
	11	1	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3	1	3	3	1	0,018	0,0265
Величина максимального власного значення матриці													11,453	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,045	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,029	

Матеріально-технічний критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1/5	5	3	1/3	5	3	1/3	3	7	1,613	0,2626
	2	1/3	1	5	3	1	3	1/3	5	3	1/3	5	1,016	0,1654
	3	5	1/5	1	3	1	3	1/3	3	3	1/5	5	0,472	0,0769
	4	1/5	1/3	1/3	1	1/3	3	1/3	5	1/3	5	1/3	0,013	0,0021
	5	1/3	1	1	3	1	1/3	1/3	1/3	5	1/3	5	0,051	0,0082
	6	3	1/3	1/3	1/3	3	1	3	3	5	5	7	2,083	0,3390
	7	1/5	3	3	3	3	1/3	1	1/3	5	3	3	0,818	0,1332
	8	1/3	1/5	1/3	1/5	3	1/3	3	1	3	1/3	1/3	0,006	0,0010
	9	3	1/3	1/3	3	1/5	1/5	1/5	1/3	1	3	5	0,018	0,0030
	10	1/3	3	5	1/5	3	1/5	1/3	3	1/3	1	5	0,052	0,0085
	11	1/7	1/5	1/5	3	1/5	1/7	1/3	3	1/5	1/5	1	0,001	0,0001
Величина максимального власного значення матриці														12,203
Індекс узгодженості суджень експертів														0,120
Відношення узгодженості суджень експертів														0,079

Логіс- тичний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	3	1	1/3	1/3	3	1/5	1/3	1/3	1/3	0,014	0,0016
	2	1/3	1	3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	0,010	0,0012
	3	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/3	3	1/3	0,002	0,0002
	4	1	5	3	1	3	1/3	3	1/3	1/5	1/3	3	0,157	0,0191
	5	3	3	3	1/3	1	3	1/3	5	3	1	3	1,830	0,2221
	6	3	1/3	1	3	1/3	1	1	1/3	1/5	1/5	1/3	0,006	0,0007
	7	1/3	3	3	1/3	3	1	1	1/5	1/5	1/7	1/3	0,007	0,0008
	8	5	3	3	3	1/5	3	5	1	1/3	3	3	3,169	0,3847
	9	3	1/3	3	5	1/3	5	5	3	1	3	1/3	1,760	0,2137
	10	3	3	1/3	3	1	5	7	1/3	1/3	1	3	0,932	0,1131
	11	3	3	3	1/3	1/3	5	3	1/3	3	1/3	1	0,352	0,0427
Величина максимального власного значення матриці													11,732	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,073	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,048	

Фінансо- во-інвес- тиційний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1/3	3	1/3	1/3	1	3	1/3	1/3	1/3	0,017	0,0031
	2	3	1	3	1/3	1	1	1	1/3	1/3	1/3	1	0,030	0,0055
	3	3	1/3	1	1	1/5	1	1	1/3	1/3	1/5	1	0,006	0,0011
	4	1/3	3	1	1	1/3	1	1	1/3	1/3	3	3	0,052	0,0094
	5	3	1	5	3	1	5	1/3	1/3	3	1/3	5	1,016	0,1828
	6	3	1	1	1	1/5	1	1	1/3	1/3	1	1/3	0,014	0,0022
	7	1	1	1	1	3	1	1	1/3	1/3	1/5	1/3	0,015	0,0024
	8	1/3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1/3	1,417	0,2549
	9	1/3	3	5	3	1/3	3	3	1	1	1/3	1/5	0,157	0,0283
	10	3	3	5	1/3	3	1	5	1/3	3	1	3	2,362	0,4249
	11	3	1	3	1/3	1/5	3	3	3	5	1/3	1	0,472	0,0850
Величина максимального власного значення матриці														11,427
Індекс узгодженості суджень експертів														0,043
Відношення узгодженості суджень експертів														0,028

Іннова- ційний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	3	1/3	1/3	1	1	1/5	3	1/5	1/3	0,010	0,0021
	2	1	1	3	1/3	3	1	1/3	1/3	1/5	3	1/3	0,023	0,0048
	3	1/3	1/3	1	1/3	1/3	3	3	1/3	1/5	1/3	1/3	0,003	0,0005
	4	3	3	3	1	1	3	3	3	1/3	1/5	1/3	0,366	0,0742
	5	3	1/3	3	1	1	3	1/3	3	3	5	3	1,830	0,3709
	6	1	1	1/3	1/3	1/3	1	1	1/3	1/3	3	1/3	0,006	0,0012
	7	1	3	1/3	1/3	3	1	1	3	1/5	1/5	1/3	0,018	0,0037
	8	5	3	3	1/3	1/3	3	1/3	1	3	1/3	3	0,351	0,0710
	9	5	1/3	5	3	1/3	3	5	1/3	1	3	3	1,760	0,3569
	10	5	1/3	3	5	1/5	1/5	5	3	1/3	1	3	0,352	0,0714
	11	3	3	3	3	1/3	3	3	1/3	1/3	1/3	1	0,273	0,0553
Величина максимального власного значення матриці														12,493
Індекс узгодженості суджень експертів														0,149
Відношення узгодженості суджень експертів														0,097

Інтелектуально-кадровий критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1/3	3	3	1/3	1/3	3	3	3	1	1/3	0,159	0,0268
	2	3	1	3	3	1	3	1/3	3	1	3	3	2,455	0,4174
	3	1/3	1/3	1	1/3	3	1	3	3	3	3	1	0,273	0,0464
	4	1/3	1/3	3	1	3	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1	0,018	0,0030
	5	1/3	3	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	0,003	0,0006
	6	3	1/3	1	3	3	1	3	3	3	3	1/3	1,417	0,2410
	7	1/3	3	1/3	3	3	1/3	1	5	3	3	5	1,364	0,2319
	8	1/3	1/3	1/3	3	3	1/3	1/5	1	3	1/3	1	0,014	0,0023
	9	1/3	1	1/3	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	1/3	0,006	0,0010
	10	1	1/3	1/3	3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	1	3	0,017	0,0030
	11	3	1/3	1	1	3	3	1/3	1	3	1/3	1	0,157	0,0268
Величина максимального власного значення матриці													11,271	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,027	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,018	

Таблиця Е2

**Матриця експертних суджень щодо конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств за окремими складовими у 2011 р.
(за результатами експертного оцінювання)**

Маркетинговий критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1/3	3	3	1/5	1/5	1/3	3	1/3	1/3	0,018	0,0046
	2	1/3	1	3	3	1/3	1	3	1/5	1/3	1/3	3	0,041	0,0103
	3	3	1/3	1	3	1/3	1	3	1/3	1/3	1/5	1/3	0,014	0,0034
	4	1/3	1/3	1/3	1	1/3	3	3	3	3	5	3	0,352	0,0888
	5	1/3	3	3	3	1	3	3	1/3	3	1/3	1	0,472	0,1192
	6	5	1	1	1/3	1/3	1	1/3	1	1/3	1/5	3	0,017	0,0044
	7	5	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1	1/5	5	1/5	5	0,039	0,0099
	8	3	5	3	1/3	3	1	5	1	1/3	3	3	2,362	0,5958
	9	1/3	3	3	1/3	1/3	3	1/5	3	1	5	3	0,273	0,0688
	10	3	3	5	1/5	3	5	5	1/3	1/5	1	1/3	0,353	0,0888
	11	3	1/3	3	1/3	1	1/3	1/5	1/3	1/3	3	1	0,023	0,0080
Величина максимального власного значення матриці													12,510	
Індекс узгодженості суджень експертів													1,151	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,099	

Соці- альний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1/3	5	3	1/3	3	3	5	1/3	3	1,364	0,3751
	2	1/3	1	3	3	3	1/3	1/3	3	5	3	1/3	0,352	0,0969
	3	3	1/3	1	3	3	1	1	3	3	1	1/3	0,472	0,1300
	4	1/5	1/3	1/3	1	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	0,005	0,0012
	5	1/3	1/3	1/3	3	1	1/3	1/3	3	3	3	3	0,091	0,0250
	6	3	3	1	1/3	1/3	1	1	5	1/3	1/3	3	0,117	0,0323
	7	1/3	3	1	3	3	3	1	3	1/5	3	3	1,098	0,3020
	8	1/3	3	1/3	3	1/3	1/5	1/3	1	3	3	1	0,041	0,0112
	9	1/5	1/5	1/3	3	1/3	3	5	1/3	1	1/3	3	0,023	0,0065
	10	1/3	1/3	3	1	1/3	3	1/3	1/3	3	1	5	0,068	0,0186
	11	1/3	3	3	1/3	1/3	1/3	1/3	1	1/3	1/5	1	0,006	0,0012
Величина максимального власного значення матриці														12,482
Індекс узгодженості суджень експертів														0,148
Відношення узгодженості суджень експертів														0,097

Матері- ально- технічний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	1/3	3	5	1/5	1/3	3	1/3	5	7	0,311	0,0767
	2	1	1	5	3	3	3	3	1/3	3	1/3	5	2,362	0,5835
	3	3	1/5	1	3	1	3	3	3	3	1/5	1/3	0,283	0,0700
	4	1/3	1/3	1/3	1	1/3	3	1/3	5	1/3	5	1/3	0,017	0,0042
	5	1/5	1/3	1	3	1	1/3	1/3	1/3	5	3	5	0,068	0,0167
	6	5	1/3	1/3	1/3	3	1	3	3	5	5	1/3	0,587	0,1450
	7	3	1/3	1/3	3	3	1/3	1	1/3	5	3	3	0,352	0,0870
	8	1/3	3	1/3	1/5	3	1/3	3	1	3	1/3	1/3	0,023	0,0058
	9	3	1/3	1/3	3	1/5	1/5	1/5	1/3	1	3	5	0,018	0,0045
	10	1/5	3	5	1/5	1/3	1/5	1/3	3	1/3	1	3	0,019	0,0045
	11	1/7	1/5	3	3	1/5	3	1/3	3	1/5	1/3	1	0,009	0,0023
Величина максимального власного значення матриці														12,158
Індекс узгодженості суджень експертів														0,116
Відношення узгодженості суджень експертів														0,076

Логіс- тичний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	3	1	1/3	1/3	3	1/3	1/3	1/3	3	0,052	0,0136
	2	1/3	1	3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	0,010	0,0026
	3	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1	1/3	3	1/3	3	1/3	0,006	0,0015
	4	1	3	3	1	3	1/3	3	1/3	1/5	1/3	3	0,122	0,0315
	5	3	3	3	1/3	1	3	1/3	5	3	1	3	1,830	0,4731
	6	3	1/3	1	3	1/3	1	1	1/3	1/5	1/5	1/3	0,006	0,0016
	7	1/3	3	3	1/3	3	1	1	1/3	3	1/3	1/3	0,051	0,0136
	8	3	3	3	1/3	1/5	3	3	1	1/3	3	3	0,634	0,1639
	9	3	1/3	3	5	1/3	5	1/3	3	1	3	1/3	0,455	0,1175
	10	3	3	1/3	3	1	5	3	1/3	1/3	1	3	0,610	0,1577
	11	1/3	3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	3	1/3	1	0,091	0,0235
Величина максимального власного значення матриці													12,462	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,146	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,096	

Фінансо- во-інвес- тиційний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	1/3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	1/3	1/3	0,017	0,0049
	2	1	1	3	1/3	1	3	3	1	1/3	3	1	0,273	0,0765
	3	3	1/3	1	1	1/5	1	1	1/3	1/3	3	1	0,023	0,0066
	4	1/3	3	1	1	1/3	1	1	1/3	1/3	3	3	0,052	0,0147
	5	3	1	5	3	1	5	1/3	1/3	3	1/3	5	1,016	0,2852
	6	3	1/3	1	1	1/5	1	1	1/3	1/3	1	1/3	0,008	0,0022
	7	1/3	1/3	1	1	3	1	1	1/3	1/3	1/5	1/3	0,005	0,0013
	8	1/3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1/3	1,417	0,3976
	9	1/3	3	5	3	1/3	3	3	1/3	1	1/3	5	0,455	0,1275
	10	3	1/3	1/3	1/3	3	1	5	1/3	3	1	3	0,203	0,0570
	11	3	1	3	1/3	1/5	3	3	3	1/5	1/3	1	0,094	0,0265
Величина максимального власного значення матриці													12,203	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,120	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,079	

Інноваційний критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	1/3	1/3	1/3	1	3	1/5	3	1/5	3	0,018	0,0043
	2	1	1	3	1/3	3	1	1/3	1/3	1/3	3	3	0,091	0,0215
	3	3	1/3	1	1/3	1/3	3	3	1/3	1/5	1/3	1	0,014	0,0032
	4	3	3	3	1	1	3	3	3	1/3	1/3	1/3	0,472	0,1115
	5	3	1/3	3	1	1	3	1/3	3	3	3	1	0,818	0,1931
	6	1	1	1/3	1/3	1/3	1	1	1/3	1/3	3	1/3	0,006	0,0014
	7	1/3	3	1/3	1/3	3	1	1	3	1/5	1/5	1/3	0,010	0,0025
	8	5	3	3	1/3	1/3	3	1/3	1	1	1/3	3	0,203	0,0480
	9	1/3	3	5	3	1/3	3	5	1	1	3	3	2,362	0,5574
	10	5	1/3	3	3	1/3	1/3	5	3	1/3	1	1/3	0,152	0,0358
	11	1/3	1/3	1	3	1	3	3	1/3	1/3	3	1	0,090	0,0210
Величина максимального власного значення матриці													11,518	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,054	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,034	

Інтелектуально-кадровий критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1/3	3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	1	1/3	0,052	0,0135
	2	3	1	3	3	1/3	3	1/3	3	1	3	3	1,417	0,3656
	3	1/3	1/3	1	1/3	3	1	3	3	3	3	1	0,273	0,0704
	4	1/3	1/3	3	1	3	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1	0,017	0,0045
	5	3	3	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	0,010	0,0009
	6	3	1/3	1	3	3	1	3	3	3	3	1/3	1,410	0,3640
	7	1/3	3	1/3	3	3	1/3	1	5	3	1/3	5	0,455	0,1173
	8	1/3	1/3	1/3	3	3	1/3	1/5	1	3	1/3	1	0,014	0,0035
	9	3	1	1/3	3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	1/3	0,015	0,0040
	10	1	1/3	1/3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	1	3	0,052	0,0130
	11	3	1/3	1	1	3	3	1/5	1	3	1/3	1	0,122	0,0406
Величина максимального власного значення матриці														11,699
Індекс узгодженості суджень експертів														0,070
Відношення узгодженості суджень експертів														0,045

**Матриця експертних суджень щодо конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств за окремими складовими у 2012 р.
(за результатами експертного оцінювання)**

Маркетинговий критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1/3	3	3	1	0,052	0,0152
	2	1/3	1	3	1	3	1	1/3	1/5	1/3	3	1/3	0,023	0,0068
	3	3	1/3	1	3	1/3	1	3	1/3	1/3	1/3	1/3	0,017	0,0051
	4	1/3	1	1/3	1	1/3	3	3	3	1	5	3	0,352	0,1021
	5	3	1/3	3	3	1	3	3	1/3	3	1	5	1,830	0,5303
	6	3	1	1	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/3	3	0,010	0,0029
	7	3	3	1/3	1/3	1/3	3	1	1/3	5	1	5	0,262	0,0761
	8	3	5	3	1/3	3	3	3	1	1/3	1	1/3	0,610	0,1768
	9	1/3	3	3	1	1/3	3	1/5	3	1	1	3	0,211	0,0612
	10	1/3	1/3	3	1/5	1	3	1	1	1	1	3	0,070	0,0204
	11	1	3	3	1/3	1/5	1/3	1/5	3	1/3	1/3	1	0,011	0,0040
Величина максимального власного значення матриці														12,210
Індекс узгодженості суджень експертів														0,121
Відношення узгодженості суджень експертів														0,079

Соці- альний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	3	1	1/3	1/3	1	3	3	5	3	1	0,610	0,2280
	2	1/3	1	1	3	3	1/3	1/3	3	5	1/3	1	0,117	0,0439
	3	1	1	1	3	3	1	1	3	3	1	1/3	0,472	0,1766
	4	3	1/3	1/3	1	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	0,017	0,0065
	5	3	1/3	1/3	3	1	1/5	1/3	3	3	3	3	0,211	0,0790
	6	1	3	1	1/3	5	1	1	3	1/3	1	3	0,352	0,1316
	7	1/3	3	1	3	3	1	1	3	3	1/3	3	0,818	0,3059
	8	1/3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1	3	3	1/3	0,010	0,0038
	9	1/5	1/5	1/3	3	1/3	3	1/3	1/3	1	3	3	0,018	0,0068
	10	1/3	3	1	1	1/3	1	3	1/3	1/3	1	1/3	0,016	0,0060
	11	1	1	3	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	3	1	0,030	0,0113
Величина максимального власного значення матриці													12,211	
Індекс узгодженості суджень експертів													0,121	
Відношення узгодженості суджень експертів													0,078	

Матеріально-технічний критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	3	1/5	3	1	3	5	1	5	5	2,362	0,3651
	2	1	1	3	1/5	1	3	1/3	5	3	1/3	5	0,352	0,0544
	3	1/3	1/3	1	1/3	1	3	1/3	3	3	1/5	5	0,052	0,0081
	4	5	5	3	1	1/3	3	1/3	3	1/3	5	5	2,273	0,3514
	5	1/3	1	1	3	1	1/3	3	1/3	5	1/3	5	0,152	0,0234
	6	1	1/3	1/3	1/3	3	1	3	3	5	5	7	1,203	0,1859
	7	1/3	3	1/3	3	1/3	1/3	1	1/3	5	3	1/3	0,039	0,0060
	8	1/5	1/5	1/3	1/3	3	1/3	3	1	3	1/3	1/3	0,006	0,0009
	9	1	1/3	1/3	3	1/5	1/5	1/5	1/3	1	3	5	0,010	0,0016
	10	1/5	3	5	1/5	3	1/5	1/3	3	1/3	1	1/3	0,018	0,0028
	11	1/7	1/5	1/5	1/5	1/5	1/7	3	3	1/5	3	1	0,001	0,0002
Величина максимального власного значення матриці														12,203
Індекс узгодженості суджень експертів														0,120
Відношення узгодженості суджень експертів														0,079

Логістичний критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1/3	3	1	1/5	1/3	3	1/3	1/3	3	3	0,040	0,0034
	2	3	1	3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	0,091	0,0075
	3	1/3	1/3	1	3	1/3	1	1/3	3	1/3	3	1/3	0,018	0,0044
	4	1	3	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/5	1/3	3	0,041	0,0101
	5	5	3	3	1/3	1	3	1/3	1	3	1	3	1,056	0,2630
	6	3	1/3	1	3	1/3	1	1	1/3	1/5	1/5	3	0,018	0,0045
	7	1/3	3	3	1/3	3	1	1	1/3	3	3	1/3	0,157	0,0131
	8	3	3	3	1/3	1	3	3	1	1/3	5	3	1,830	0,4556
	9	3	1/3	3	5	1/3	5	1/3	3	1	3	1/3	0,455	0,1132
	10	1/3	1/3	1/3	3	1	5	1/3	1/3	1/5	1	3	0,017	0,1176
	11	1/3	3	3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	3	1/3	1	0,030	0,0075
Величина максимального власного значення матриці														11,977
Індекс узгодженості суджень експертів														0,100
Відношення узгодженості суджень експертів														0,065

Фінансо- во-інвес- тиційний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	1/3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	3	1/3	0,052	0,0132
	2	1	1	3	1/3	1	3	3	1	1/3	3	1	0,273	0,0686
	3	3	1/3	1	1	1/5	1	1	1/3	1/3	3	1	0,023	0,0059
	4	1/3	3	1	1	3	1	1	1/3	1/3	5	3	0,203	0,0511
	5	3	1	5	1/3	1	5	1/3	1/3	3	3	5	1,016	0,2556
	6	3	1/3	1	1	1/5	1	1	1/3	1/3	5	1/3	0,017	0,0044
	7	1/3	1/3	1	1	3	1	1	1/3	1/3	5	1/3	0,022	0,0057
	8	1/3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1/3	1,417	0,3563
	9	1/3	3	5	3	1/3	3	3	1/3	1	1	5	0,787	0,1980
	10	1/3	1/3	1/3	1/5	1/3	1/5	1/5	1/3	1	1	1	0,001	0,0001
	11	3	1	3	1/3	1/5	3	3	3	1/5	1	1	0,164	0,0411
Величина максимального власного значення матриці														11,804
Індекс узгодженості суджень експертів														0,080
Відношення узгодженості суджень експертів														0,052

Іннова- ційний критерій		Підприємства											Середньо- геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1	3	1/3	1/3	1	1	1/5	3	1/3	3	0,041	0,0092
	2	1	1	3	1/3	3	1	1/3	1/3	1/5	3	1/3	0,023	0,0053
	3	1/3	1/3	1	3	1/3	3	3	1/3	1/5	1/3	1/3	0,008	0,0018
	4	3	3	1/3	1	1	1/3	3	3	1/3	1	3	0,273	0,0614
	5	3	1/3	3	1	1	3	1/3	3	3	5	3	1,830	0,4119
	6	1	1	1/3	3	1/3	1	1	1/3	1/3	5	1/3	0,022	0,0049
	7	1	3	1/3	1/3	3	1	1	3	1/5	3	1/3	0,070	0,0159
	8	5	3	3	1/3	1/3	3	1/3	1	3	1/3	3	0,352	0,0793
	9	5	1/3	5	3	1/3	3	5	1/3	1	3	3	1,760	0,3963
	10	3	1/3	3	1	1/5	1/5	1/3	3	1/3	1	3	0,031	0,0071
	11	1/3	3	3	1/3	1/3	3	3	1/3	1/3	1/3	1	0,030	0,0068
Величина максимального власного значення матриці														12,493
Індекс узгодженості суджень експертів														0,149
Відношення узгодженості суджень експертів														0,097

Інтелектуально-кадровий критерій		Підприємства											Середньо-геометричні значення	Значення «локальних векторів»
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Підприємства	1	1	1/3	3	3	1/3	5	1/3	3	3	3	3	1,056	0,2624
	2	3	1	5	3	1	1	1/3	1/3	5	1/3	3	0,455	0,1129
	3	1/3	1/5	1	3	1/3	3	1	5	3	3	3	0,472	0,1173
	4	1/3	1/3	1/3	1	3	3	1/3	1/3	1/3	3	3	0,030	0,0075
	5	3	1	3	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	0,017	0,0043
	6	1/5	1	1/3	1/3	3	1	3	1/5	5	5	3	0,157	0,0391
	7	3	3	1	3	3	1/3	1	3	1/3	3	3	1,417	0,3520
	8	1/3	3	1/5	3	3	5	1/3	1	3	1/3	5	0,352	0,0875
	9	1/3	1/5	1/3	3	3	1/5	3	1/3	1	3	3	0,055	0,0135
	10	1/3	3	1/3	1/3	1/3	1/5	1/3	3	1/3	1	5	0,010	0,0025
	11	1/3	1/3	1/3	1/3	3	1/3	1/3	5	1/3	1/5	1	0,003	0,0008
Величина максимального власного значення матриці														12,512
Індекс узгодженості суджень експертів														0,151
Відношення узгодженості суджень експертів														0,099

Оцінка стійкості фінансового стану Апарат РСС у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	270,3 > 1	4335,5 > 0	1538,5 > 0	269,3 > 0
Нормальний	270,3 > 1	4335,5 > 0	1538,5 > 0	269,3 > 0
Передкризовий	270,3 > 1	4335,5 > 0	1538,5 > 0	269,3 > 0
Кризовий	270,3 > 1	4335,5 > 0	1538,5 > 0	269,3 > 0
2008 рік				
Абсолютний	207,1 > 1	3894,4 > 0	1126,7 > 0	206,1 > 0
Нормальний	207,1 > 1	3894,4 > 0	1126,7 > 0	206,1 > 0
Передкризовий	207,1 > 1	3894,4 > 0	1126,7 > 0	206,1 > 0
Кризовий	207,1 > 1	3894,4 > 0	1126,7 > 0	206,1 > 0
2009 рік				
Абсолютний	228,4 > 1	3684,4 > 0	957,6 > 0	227,4 > 0
Нормальний	228,4 > 1	3684,4 > 0	957,6 > 0	227,4 > 0
Передкризовий	228,4 > 1	3684,4 > 0	957,6 > 0	227,4 > 0
Кризовий	228,4 > 1	3684,4 > 0	957,6 > 0	227,4 > 0
2010 рік				
Абсолютний	190,4 > 1	3769,3 > 0	886,3 > 0	189,4 > 0
Нормальний	190,4 > 1	3769,3 > 0	886,3 > 0	189,4 > 0
Передкризовий	190,4 > 1	3769,3 > 0	886,3 > 0	189,4 > 0
Кризовий	190,4 > 1	3769,3 > 0	886,3 > 0	189,4 > 0
2011 рік				
Абсолютний	222,1 > 1	3758,2 > 0	840,8 > 0	221,1 > 0
Нормальний	222,1 > 1	3758,2 > 0	840,8 > 0	221,1 > 0
Передкризовий	222,1 > 1	3758,2 > 0	840,8 > 0	221,1 > 0
Кризовий	222,1 > 1	3758,2 > 0	840,8 > 0	221,1 > 0
2012 рік				
Абсолютний	211,4 > 1	3577,4 > 0	789,3 > 0	210,4 > 0
Нормальний	211,4 > 1	3577,4 > 0	789,3 > 0	210,4 > 0
Передкризовий	211,4 > 1	3577,4 > 0	789,3 > 0	210,4 > 0
Кризовий	211,4 > 1	3577,4 > 0	789,3 > 0	210,4 > 0

Оцінка стійкості фінансового стану «В. Ком'ятське» СТ у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	$3,7 > 1$	$189,2 > 0$	$118,2 > 0$	$2,7 > 0$
Нормальний	$3,7 > 1$	$189,2 > 0$	$118,2 > 0$	$2,7 > 0$
Передкризовий	$3,7 > 1$	$189,2 > 0$	$118,2 > 0$	$2,7 > 0$
Кризовий	$3,7 > 1$	$189,2 > 0$	$118,2 > 0$	$2,7 > 0$
2008 рік				
Абсолютний	$3,4 > 1$	$155,5 > 0$	$58,3 > 0$	$2,4 > 0$
Нормальний	$3,4 > 1$	$155,5 > 0$	$58,3 > 0$	$2,4 > 0$
Передкризовий	$3,4 > 1$	$155,5 > 0$	$58,3 > 0$	$2,4 > 0$
Кризовий	$3,4 > 1$	$155,5 > 0$	$58,3 > 0$	$2,4 > 0$
2009 рік				
Абсолютний	$3,2 > 1$	$134 > 0$	$61,5 > 0$	$2,2 > 0$
Нормальний	$3,2 > 1$	$134 > 0$	$61,5 > 0$	$2,2 > 0$
Передкризовий	$3,2 > 1$	$134 > 0$	$61,5 > 0$	$2,2 > 0$
Кризовий	$3,2 > 1$	$134 > 0$	$61,5 > 0$	$2,2 > 0$
2010 рік				
Абсолютний	$6,6 > 1$	$157,4 > 0$	$61,5 > 0$	$5,6 > 0$
Нормальний	$6,6 > 1$	$157,4 > 0$	$61,5 > 0$	$5,6 > 0$
Передкризовий	$6,6 > 1$	$157,4 > 0$	$61,5 > 0$	$5,6 > 0$
Кризовий	$6,6 > 1$	$157,4 > 0$	$61,5 > 0$	$5,6 > 0$
2011 рік				
Абсолютний	$17,8 > 1$	$273,4 > 0$	$98,9 > 0$	$16,8 > 0$
Нормальний	$17,8 > 1$	$273,4 > 0$	$98,9 > 0$	$16,8 > 0$
Передкризовий	$17,8 > 1$	$273,4 > 0$	$98,9 > 0$	$16,8 > 0$
Кризовий	$17,8 > 1$	$273,4 > 0$	$98,9 > 0$	$16,8 > 0$
2012 рік				
Абсолютний	$-1,5 < 1$	$-34,8 < 0$	$-12,1 < 0$	$-2,5 < 0$
Нормальний	$-1,5 < 1$	$-34,8 < 0$	$-12,1 < 0$	$-2,5 < 0$
Передкризовий	$-1,5 < 1$	$-34,8 < 0$	$-12,1 < 0$	$-2,5 < 0$
Кризовий	$-1,5 < 1$	$-34,8 < 0$	$-12,1 < 0$	$-2,5 < 0$

Оцінка стійкості фінансового стану «Вилоцьке» СТ у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	$0 < 1$	$-3 < 0$	$-2,1 < 0$	0
Нормальний	$0 < 1$	$-3 < 0$	$-2,1 < 0$	0
Передкризовий	$0 < 1$	$-3 < 0$	$-2,1 < 0$	0
Кризовий	$0 < 1$	$-3 < 0$	$-2,1 < 0$	0
2008 рік				
Абсолютний	$0 < 1$	$-53,3 < 0$	$-30,5 < 0$	0
Нормальний	$0 < 1$	$-53,3 < 0$	$-30,5 < 0$	0
Передкризовий	$0 < 1$	$-53,3 < 0$	$-30,5 < 0$	0
Кризовий	$0 < 1$	$-53,3 < 0$	$-30,5 < 0$	0
2009 рік				
Абсолютний	$0 < 1$	$-73,9 < 0$	$-31,2 < 0$	0
Нормальний	$0 < 1$	$-73,9 < 0$	$-31,2 < 0$	0
Передкризовий	$0 < 1$	$-73,9 < 0$	$-31,2 < 0$	0
Кризовий	$0 < 1$	$-73,9 < 0$	$-31,2 < 0$	0
2010 рік				
Абсолютний	$0 < 1$	$-71,1 < 0$	$-25,5 < 0$	0
Нормальний	$0 < 1$	$-71,1 < 0$	$-25,5 < 0$	0
Передкризовий	$0 < 1$	$-71,1 < 0$	$-25,5 < 0$	0
Кризовий	$0 < 1$	$-71,1 < 0$	$-25,5 < 0$	0
2011 рік				
Абсолютний	$0 < 1$	$-67 < 0$	$-23,8 < 0$	0
Нормальний	$0 < 1$	$-67 < 0$	$-23,8 < 0$	0
Передкризовий	$0 < 1$	$-67 < 0$	$-23,8 < 0$	0
Кризовий	$0 < 1$	$-67 < 0$	$-23,8 < 0$	0
2012 рік				
Абсолютний	$0 < 1$	$-68,5 < 0$	$-22,9 < 0$	0
Нормальний	$0 < 1$	$-68,5 < 0$	$-22,9 < 0$	0
Передкризовий	$0 < 1$	$-68,5 < 0$	$-22,9 < 0$	0
Кризовий	$0 < 1$	$-68,5 < 0$	$-22,9 < 0$	0

Оцінка стійкості фінансового стану «МТВП» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	1,6 > 1	35,7 > 0	24,5 > 0	0,6 > 0
Нормальний	1,6 > 1	35,7 > 0	24,5 > 0	0,6 > 0
Передкризовий	1,6 > 1	35,7 > 0	24,5 > 0	0,6 > 0
Кризовий	1,6 > 1	35,7 > 0	24,5 > 0	0,6 > 0
2008 рік				
Абсолютний	0,4 < 1	-51,1 < 0	-30,6 < 0	-0,6 < 0
Нормальний	0,4 < 1	-51,1 < 0	-30,6 < 0	-0,6 < 0
Передкризовий	0,4 < 1	-51,1 < 0	-30,6 < 0	-0,6 < 0
Кризовий	0,4 < 1	-51,1 < 0	-30,6 < 0	-0,6 < 0
2009 рік				
Абсолютний	0,3 < 1	-64,5 < 0	-40,3 < 0	-0,7 < 0
Нормальний	0,3 < 1	-64,5 < 0	-40,3 < 0	-0,7 < 0
Передкризовий	0,3 < 1	-64,5 < 0	-40,3 < 0	-0,7 < 0
Кризовий	0,3 < 1	-64,5 < 0	-40,3 < 0	-0,7 < 0
2010 рік				
Абсолютний	0,5 < 1	-44,3 < 0	-25,0 < 0	-0,5 < 0
Нормальний	0,5 < 1	-44,3 < 0	-25,0 < 0	-0,5 < 0
Передкризовий	0,5 < 1	-44,3 < 0	-25,0 < 0	-0,5 < 0
Кризовий	0,5 < 1	-44,3 < 0	-25,0 < 0	-0,5 < 0
2011 рік				
Абсолютний	0,4 < 1	-43,3 < 0	-22,3 < 0	-0,6 < 0
Нормальний	0,4 < 1	-43,3 < 0	-22,3 < 0	-0,6 < 0
Передкризовий	0,4 < 1	-43,3 < 0	-22,3 < 0	-0,6 < 0
Кризовий	0,4 < 1	-43,3 < 0	-22,3 < 0	-0,6 < 0
2012 рік				
Абсолютний	1=1	-3,5 < 0	-1,6 < 0	0,05 > 0
Нормальний	1=1	-3,5 < 0	-1,6 < 0	0,05 > 0
Передкризовий	1=1	-3,5 < 0	-1,6 < 0	0,05 > 0
Кризовий	1=1	-3,5 < 0	-1,6 < 0	0,05 > 0

Оцінка стійкості фінансового стану «Ринок» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	15,4 > 1	60,4 > 0	37,7 > 0	14,4 > 0
Нормальний	15,4 > 1	60,4 > 0	37,7 > 0	14,4 > 0
Передкризовий	15,4 > 1	60,4 > 0	37,7 > 0	14,4 > 0
Кризовий	15,4 > 1	60,4 > 0	37,7 > 0	14,4 > 0
2008 рік				
Абсолютний	10,8 > 1	40,1 > 0	22,1 > 0	9,8 > 0
Нормальний	10,8 > 1	40,1 > 0	22,1 > 0	9,8 > 0
Передкризовий	10,8 > 1	40,1 > 0	22,1 > 0	9,8 > 0
Кризовий	10,8 > 1	40,1 > 0	22,1 > 0	9,8 > 0
2009 рік				
Абсолютний	7,3 > 1	73,2 > 0	39,8 > 0	6,3 > 0
Нормальний	7,3 > 1	73,2 > 0	39,8 > 0	6,3 > 0
Передкризовий	7,3 > 1	73,2 > 0	39,8 > 0	6,3 > 0
Кризовий	7,3 > 1	73,2 > 0	39,8 > 0	6,3 > 0
2010 рік				
Абсолютний	8,9 > 1	80 > 0	55 > 0	7,9 > 0
Нормальний	8,9 > 1	80 > 0	55 > 0	7,9 > 0
Передкризовий	8,9 > 1	80 > 0	55 > 0	7,9 > 0
Кризовий	8,9 > 1	80 > 0	55 > 0	7,9 > 0
2011 рік				
Абсолютний	29,5 > 1	148 > 0	75,6 > 0	28,5 > 0
Нормальний	29,5 > 1	148 > 0	75,6 > 0	28,5 > 0
Передкризовий	29,5 > 1	148 > 0	75,6 > 0	28,5 > 0
Кризовий	29,5 > 1	148 > 0	75,6 > 0	28,5 > 0
2012 рік				
Абсолютний	2,6 > 1	9,5 > 0	7,1 > 0	1,6 > 0
Нормальний	2,6 > 1	9,5 > 0	7,1 > 0	1,6 > 0
Передкризовий	2,6 > 1	9,5 > 0	7,1 > 0	1,6 > 0
Кризовий	2,6 > 1	9,5 > 0	7,1 > 0	1,6 > 0

Оцінка стійкості фінансового стану СТ «Довіра» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	2,4 > 1	29,3 > 0	13,1 > 0	1,4 > 0
Нормальний	2,4 > 1	29,3 > 0	13,1 > 0	1,4 > 0
Передкризовий	2,4 > 1	29,3 > 0	13,1 > 0	1,4 > 0
Кризовий	2,4 > 1	29,3 > 0	13,1 > 0	1,4 > 0
2008 рік				
Абсолютний	1,7 > 1	14,7 > 0	6,2 > 0	0,7 > 0
Нормальний	1,7 > 1	14,7 > 0	6,2 > 0	0,7 > 0
Передкризовий	1,7 > 1	14,7 > 0	6,2 > 0	0,7 > 0
Кризовий	1,7 > 1	14,7 > 0	6,2 > 0	0,7 > 0
2009 рік				
Абсолютний	-1,1 < 1	-38,7 < 0	-14,3 < 0	-2,1 < 0
Нормальний	-1,1 < 1	-38,7 < 0	-14,3 < 0	-2,1 < 0
Передкризовий	-1,1 < 1	-38,7 < 0	-14,3 < 0	-2,1 < 0
Кризовий	-1,1 < 1	-38,7 < 0	-14,3 < 0	-2,1 < 0
2010 рік				
Абсолютний	-2,7 < 1	-67,4 < 0	-21,9 < 0	-3,7 < 0
Нормальний	-2,7 < 1	-67,4 < 0	-21,9 < 0	-3,7 < 0
Передкризовий	-2,7 < 1	-67,4 < 0	-21,9 < 0	-3,7 < 0
Кризовий	-2,7 < 1	-67,4 < 0	-21,9 < 0	-3,7 < 0
2011 рік				
Абсолютний	-2,8 < 1	-47,6 < 0	-12,0 < 0	-3,8 < 0
Нормальний	-2,8 < 1	-47,6 < 0	-12,0 < 0	-3,8 < 0
Передкризовий	-2,8 < 1	-47,6 < 0	-12,0 < 0	-3,8 < 0
Кризовий	-2,8 < 1	-47,6 < 0	-12,0 < 0	-3,8 < 0
2012 рік				
Абсолютний	-2,9 < 1	-48,1 < 0	-11,8 < 0	-3,9 < 0
Нормальний	-2,9 < 1	-48,1 < 0	-11,8 < 0	-3,9 < 0
Передкризовий	-2,9 < 1	-48,1 < 0	-11,8 < 0	-3,9 < 0
Кризовий	-2,9 < 1	-48,1 < 0	-11,8 < 0	-3,9 < 0

Оцінка стійкості фінансового стану «Королівське СТ Фантазія» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	$0,72 < 1$	$-22,3 < 0$	$-68,44 < 0$	$-0,28 < 0$
Нормальний	$0,72 < 1$	$-22,3 < 0$	$-68,44 < 0$	$-68,44 < 0$
Передкризовий	$0,72 < 1$	$-22,3 < 0$	$-68,44 < 0$	$-68,44 < 0$
Кризовий	$0,72 < 1$	$-22,3 < 0$	$-68,44 < 0$	$-68,44 < 0$
2008 рік				
Абсолютний	$1,07 > 1$	$8,8 > 0$	$4,46 > 0$	$0,07 > 0$
Нормальний	$1,07 > 1$	$8,8 > 0$	$4,46 > 0$	$0,07 > 0$
Передкризовий	$1,07 > 1$	$8,8 > 0$	$4,46 > 0$	$0,07 > 0$
Кризовий	$1,07 > 1$	$8,8 > 0$	$4,46 > 0$	$0,07 > 0$
2009 рік				
Абсолютний	$0,65 < 1$	$-27,3 < 0$	$-11,75 < 0$	$-0,35 < 0$
Нормальний	$0,65 < 1$	$-27,3 < 0$	$-11,75 < 0$	$-0,35 < 0$
Передкризовий	$0,65 < 1$	$-27,3 < 0$	$-11,75 < 0$	$-0,35 < 0$
Кризовий	$0,65 < 1$	$-27,3 < 0$	$-11,75 < 0$	$-0,35 < 0$
2010 рік				
Абсолютний	$0,96 < 1$	$-3 < 0$	$-1,13 < 0$	$-0,04 < 0$
Нормальний	$0,96 < 1$	$-3 < 0$	$-1,13 < 0$	$-0,04 < 0$
Передкризовий	$0,96 < 1$	$-3 < 0$	$-1,13 < 0$	$-0,04 < 0$
Кризовий	$0,96 < 1$	$-3 < 0$	$-1,13 < 0$	$-0,04 < 0$
2011 рік				
Абсолютний	$1,10 > 1$	$5,4 > 0$	$1,62 > 0$	$0,1 > 0$
Нормальний	$1,10 > 1$	$5,4 > 0$	$1,62 > 0$	$0,1 > 0$
Передкризовий	$1,10 > 1$	$5,4 > 0$	$1,62 > 0$	$0,1 > 0$
Кризовий	$1,10 > 1$	$5,4 > 0$	$1,62 > 0$	$0,1 > 0$
2012 рік				
Абсолютний	$1 = 1$	$0,6 > 0$	$0,17 > 0$	$0,1 > 0$
Нормальний	$1 = 1$	$0,6 > 0$	$0,17 > 0$	$0,17 > 0$
Передкризовий	$1 = 1$	$0,6 > 0$	$0,17 > 0$	$0,17 > 0$
Кризовий	$1 = 1$	$0,6 > 0$	$0,17 > 0$	$0,17 > 0$

Оцінка стійкості фінансового стану ТзОВ «ЧЕКОТЕКС» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн.	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	-7,3 < 1	-530 < 0	-70,6 < 0	1,1 > 0
Нормальний	-7,3 < 1	-530 < 0	-70,6 < 0	1,1 > 0
Передкризовий	-6,6 < 1	-484 < 0	-64,5 < 0	1,1 > 0
Кризовий	-6,6 < 1	-484 < 0	-64,5 < 0	1,1 > 0
2008 рік				
Абсолютний	-3,7 < 1	-573 < 0	-153,3 < 0	1,1 > 0
Нормальний	-3,7 < 1	-573 < 0	-153,3 < 0	1,1 > 0
Передкризовий	-3,3 < 1	-518 < 0	-138,5 < 0	1,1 > 0
Кризовий	-3,3 < 1	-518 < 0	-138,5 < 0	1,1 > 0
2009 рік				
Абсолютний	-2,7 < 1	-588,9 < 0	-129,1 < 0	1=1
Нормальний	-2,7 < 1	-588,9 < 0	-129,1 < 0	1=1
Передкризовий	-2,6 < 1	-560,9 < 0	-123 < 0	1=1
Кризовий	-2,7 < 1	-560,9 < 0	-123 < 0	1=1
2010 рік				
Абсолютний	-7 < 1	-589,9 < 0	-160,8 < 0	1,1 > 0
Нормальний	-7 < 1	-589,9 < 0	-160,8 < 0	1,1 > 0
Передкризовий	-6,6 < 1	-589,9 < 0	-152,9 < 0	1,1 > 0
Кризовий	-6,6 < 1	-560,9 < 0	152,9 < 0	1,1 > 0
2011 рік				
Абсолютний	-0,6 < 1	-18 < 0	-10,3 < 0	-2,6 < 0
Нормальний	-0,6 < 1	-18 < 0	-10,3 < 0	-2,6 < 0
Передкризовий	1,6 > 1	7 > 0	4 > 0	-2,6 < 0
Кризовий	1,6 > 1	7 > 0	4 > 0	-2,6 < 0
2012 рік				
Абсолютний	-7,4 < 1	-36,3 < 0	-18,2 < 0	2,8 > 0
Нормальний	-7,4 < 1	-36,3 < 0	-18,2 < 0	2,8 > 0
Передкризовий	-2 < 1	-13 < 0	-6,5 < 0	2,8 > 0
Кризовий	-2 < 1	-13 < 0	-6,5 < 0	2,8 > 0

Оцінка стійкості фінансового стану ТОВ «Данко» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн.	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	$0,8 < 1$	$-13,6 < 0$	-	$-0,2 < 0$
Нормальний	$0,8 < 1$	$13,6 < 0$	-	$-0,2 < 0$
Передкризовий	$0,8 < 1$	$13,6 < 0$	-	$-0,2 < 0$
Кризовий	$0,8 < 1$	$13,6 < 0$	-	$-0,2 < 0$
2008 рік				
Абсолютний	$1,4 > 1$	$30,1 > 0$	$54,6 > 0$	$0,4 > 0$
Нормальний	$1,4 > 1$	$30,1 > 0$	$54,6 > 0$	$0,4 > 0$
Передкризовий	$1,4 > 1$	$30,1 > 0$	$54,6 > 0$	$0,4 > 0$
Кризовий	$1,4 > 1$	$30,1 > 0$	$54,6 > 0$	$0,4 > 0$
2009 рік				
Абсолютний	$5 > 1$	$262,5 > 0$	$336,7 > 0$	$4 > 0$
Нормальний	$5 > 1$	$262,5 > 0$	$336,7 > 0$	$4 > 0$
Передкризовий	$5 > 1$	$262,5 > 0$	$336,7 > 0$	$4 > 0$
Кризовий	$5 > 1$	$262,5 > 0$	$336,7 > 0$	$4 > 0$
2010 рік				
Абсолютний	$5,5 > 1$	$267,8 > 0$	$323,3 > 0$	$4,5 > 0$
Нормальний	$5,5 > 1$	$267,8 > 0$	$323,3 > 0$	$4,5 > 0$
Передкризовий	$5,5 > 1$	$267,8 > 0$	$323,3 > 0$	$4,5 > 0$
Кризовий	$5,5 > 1$	$267,8 > 0$	$323,3 > 0$	$4,5 > 0$
2011 рік				
Абсолютний	$7,6 > 1$	$299 > 0$	$362,3 > 0$	$6,6 > 0$
Нормальний	$7,6 > 1$	$299 > 0$	$362,3 > 0$	$6,6 > 0$
Передкризовий	$7,6 > 1$	$299 > 0$	$362,3 > 0$	$6,6 > 0$
Кризовий	$7,6 > 1$	$299 > 0$	$362,3 > 0$	$6,6 > 0$
2012 рік				
Абсолютний	$17,8 > 1$	$322,8 > 0$	$396,6 > 0$	$16,8 > 0$
Нормальний	$17,8 > 1$	$322,8 > 0$	$396,6 > 0$	$16,8 > 0$
Передкризовий	$17,8 > 1$	$322,8 > 0$	$396,6 > 0$	$16,8 > 0$
Кризовий	$17,8 > 1$	$322,8 > 0$	$396,6 > 0$	$16,8 > 0$

Оцінка стійкості фінансового стану ТОВ «Джерельце» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн.	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
Нормальний	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
Передкризовий	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
Кризовий	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
2008 рік				
Абсолютний	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
Нормальний	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
Передкризовий	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
Кризовий	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
2009 рік				
Абсолютний	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
Нормальний	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
Передкризовий	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
Кризовий	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
2010 рік				
Абсолютний	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
Нормальний	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
Передкризовий	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
Кризовий	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
2011 рік				
Абсолютний	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
Нормальний	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
Передкризовий	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
Кризовий	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
2012 рік				
Абсолютний	-	-	-	-
Нормальний	-	-	-	-
Передкризовий	-	-	-	-
Кризовий	-	-	-	-

Оцінка стійкості фінансового стану ТОВ «ЛМ» у 2007-2012 рр.

Тип фінансової стійкості	Коефіцієнт забезпечення запасів	Надлишок (+) нестача (-) коштів, тис. грн.	Запас фінансової стійкості, днів	Надлишок (+) нестача (-) коштів на 1 грн. запасів, грн.
2007 рік				
Абсолютний	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
Нормальний	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
Передкризовий	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
Кризовий	$0,8 < 1$	$-29 < 0$	$-4,4 < 0$	$-0,2 < 0$
2008 рік				
Абсолютний	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
Нормальний	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
Передкризовий	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
Кризовий	$0,6 < 1$	$-90,5 < 0$	$-12 < 0$	$-0,4 < 0$
2009 рік				
Абсолютний	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
Нормальний	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
Передкризовий	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
Кризовий	$0,7 < 1$	$-83,6 < 0$	$-8,8 < 0$	$-0,3 < 0$
2010 рік				
Абсолютний	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
Нормальний	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
Передкризовий	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
Кризовий	$0,8 < 1$	$-64,5 < 0$	$-6,2 < 0$	$-0,2 < 0$
2011 рік				
Абсолютний	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
Нормальний	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
Передкризовий	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
Кризовий	$0,9 < 1$	$-16,1 < 0$	$-1,5 < 0$	$-0,1 < 0$
2012 рік				
Абсолютний	-	-	-	-
Нормальний	-	-	-	-
Передкризовий	-	-	-	-
Кризовий	-	-	-	-

**Основні показники фінансової стійкості роздрібних торговельних підприємств Виноградівського району Закарпатської обл. у 2010-2012 рр.
(розраховано автором)**

Назва підприємства	Коефіцієнт фінансової незалежності	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	Коефіцієнт фінансової стабільності	Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними оборотними коштами	Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами	Коефіцієнт фінансової стійкості	Коефіцієнт інвестування
1*	0,98	0,19	0,02	45,66	0,89	19,68	0,98	1,28
2	0,93	0,26	0,07	12,44	0,77	6,57	0,93	1,36
3	0,93	-	0,07	12,58	-	-	0,93	3,9
4	0,92	0,08	0,08	11,05	0,48	0,09	0,92	1,09
5	0,94	0,16	0,06	15,57	0,71	8,92	0,94	8,92
6	1,11	-0,05	0,09	12,44	12,44	-2,70	1,11	1,3
7	0,98	0,08	0,02	42,32	0,77	0,90	0,98	1,09
8	0,09	-8,32	0,91	0,09	-3,52	-6,98	0,09	0,11
9	0,91	0,01	0,09	10,62	0,12	0,13	0,91	2,33
10	0,77	0,52	0,23	3,32	0,63	0,76	0,77	2,11
11	0,51	-0,50	0,49	1,05	-1,13	-1,13	0,51	4,40
2011 рік								
1*	0,98	0,18	0,02	45,35	0,89	21,71	0,98	1,27
2	0,96	0,35	0,04	22,36	0,89	17,77	0,96	0,93
3	0,93	-	0,07	13,63	-	-	0,93	0,93
4	0,92	0,08	0,08	11,35	0,49	0,09	0,92	1,10
5	0,99	0,25	0,01	152,49	0,97	29,46	0,99	1,32
6	0,91	-0,04	0,09	10,66	-0,74	-2,90	0,91	1,09
7	0,98	0,07	0,03	35,44	0,71	0,98	0,98	1,08
8	0,96	-0,01	0,04	21,81	-0,17	-0,64	0,96	0,99
9	0,96	0,04	0,04	22,85	0,49	0,53	0,96	2,45
10	0,77	0,47	0,23	3,34	0,61	0,91	0,77	1,88
11	0,56	-0,52	0,44	1,28	-2,03	-2,11	0,56	5,47
2012 рік								
1*	0,97	0,08	0,03	30,70	0,71	8,85	0,97	1,10
2	0,93	-0,03	0,07	13,71	-0,91	-1,54	0,93	0,97

3	0,93	-	0,07	13,94	-	-	0,93	0,93
4	0,99	0,12	0,01	167,03	0,95	0,14	0,99	1,14
5	0,98	0,02	0,02	55,96	0,58	2,58	0,98	1,03
6	0,92	-0,04	0,08	12,07	-0,83	-2,91	0,92	1,08
7	0,99	0,07	0,01	103,64	0,88	1,01	0,99	1,08
8	0,91	-0,06	0,09	10,12	-1,42	-7,44	0,91	0,95
9	0,99	0,04	0,01	181,41	0,87	0,49	0,99	2,43
10	0,99	0,26	0,01	69,84	0,95	-	0,99	1,35
11	0,66	-0,45	0,34	1,91	-5,73	-	0,66	6,32

* 1 – РТП «Апарат РСС»; 2 – РТП «В. Комятське СТ»; 3 – РТП «Вилоцьке СТ»; 4 – РТП «МТВП»; 5 – РТП «Ринок»; 6 – РТП «СТ Довіра»; 7 – РТП «Королівське СТ Фантазія»; 8 – ТОВ «Чекотекс»; 9 – ТОВ «Данко», 10 – ТОВ «Джерельце»; 11 – ТОВ «ЛІМ».

Підписано до друку 2014 р.
Замовлення № ...
Папір офсетний. Друк на різнографі. Формат 60*90/16.
Гарнітура Times. Умовних друкованих аркушів 1,0.
Наклад примірників

Друк _____
м. _____, вул. _____, _____