

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ СУЧАСНОГО ТИПУ

***Анотація.** Визначено економічний зміст конкурентних переваг кооперативного підприємства сучасного типу. Розглянуті конкурентні переваги підприємств споживчої кооперації України. Обґрунтована необхідність ресурсного забезпечення формування конкурентних переваг на ринку.*

Ключові слова: конкуренція, конкурентні переваги, конкурентне середовище, формування конкурентних переваг

Mitsenko N., Lupak R.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF MODERN COOPERATIVE ENTERPRISES

***Summary.** The economic content of the competitive advantages of modern cooperative enterprises is elaborated. The competitive advantages of Ukrainian Consumer Cooperatives are considered. The resource supply preconditions for forming the market competitive advantages discussed.*

Keywords: competitiveness, competitive advantages, competitive environment, creating of competitive advantages

1. Вступ

Складність та мінливість сучасних ринкових відносин функціонування підприємств обумовлюють необхідність пошуку таких стратегічних напрямів їх розвитку, які дозволять забезпечити стійкі переваги перед конкурентами на ринку. Досягнення конкурентних переваг одночасно є і метою і результатом стратегічного управління підприємствами, концентрованим проявом лідерства серед конкурентів. Особливості і механізм формування конкурентних переваг являють собою один із ключових чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх успіху. В цьому контексті необхідним є формування стратегічної програми забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації на основі оцінки використання власних конкурентних переваг.

Необхідною умовою стратегічного розвитку кооперативних підприємств є використання моделей управління конкурентними перевагами, які ґрунтуються на результатах об'єктивної оцінки конкурентного середовища. Актуальним є вивчення альтернативності та багатоваріантності вибору кооперативними підприємствами стратегічних рішень відповідно до критерію мінімізації ризику невиконання окремих бізнес-проектів, планових завдань, неотримання цільових фінансових результатів.

Механізм самоуправління, формуючи кооперативну власність в умовах економічних перетворень, є найдієвішим інструментом раціоналізації господарської системи. При цьому основними конкурентними перевагами кооперативних підприємств необхідно вважати: здатність швидкого входження в окремі галузі економіки держави, оскільки результати продуктивної праці членів кооперативів враховують взаємо-

узгоджені зміни відносин самореалізації їх індивідуальних потреб у соціальному та економічному напрямках поєднання потенціалу держави й особистості; доходи найманих працівників кооперативних підприємств економічно більш врегульовані, порівняно з приватними підприємствами, а це, в свою чергу, зумовлює меншу вразливість економіки кооперативних підприємств до впливу інфляційних коливань у довгостроковому періоді; можливість використовувати оптимальні стимули, контролюючи рівень продуктивності і ефективності праці членів кооперативів.

Відзначимо, що в системі споживчої кооперації зареєстровано понад 500 тис. пайовиків, тобто кожен дев'ятий мешканець держави виявив бажання брати участь у добровільному об'єднанні для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану [4]. У кооперативних підприємствах “природно” закладені мотиваційні принципи продуктивної та ефективної праці, що дозволяє сформуванню і реалізовувати механізм забезпечення конкурентних переваг підприємств у всіх сферах їх діяльності. Водночас, враховуючи мотиваційні механізми кооперативної власності, можна стверджувати, що система споживчої кооперації є рушійною силою адаптації економіки держави до сучасних принципів ринкових відносин. Разом з тим, потенціал кооперативної власності в останні роки трансформаційних перетворень економіки України складно назвати повністю або частково розкритим. Якщо в країнах з розвинутою ринковою економікою кооперація являє собою один із основних елементів потенціалу загальнодержавного розвитку, займає виділену їй нішу та задовольняє потреби кооперативів у виході на ринок, у вітчизняній економічній політиці навпаки – кооперація поступово зникає з повсякденної практики господарських відносин.

2. Теоретичні та емпіричні аргументи

Розкриття сутності управління конкурентними перевагами кооперативного підприємства потребує визначення категоріального базису їх дослідження, уточнення основних понять з урахуванням сучасної специфіки господарювання. Наукові підходи до оцінки конкурентних переваг підприємств, обґрунтування механізму їх забезпечення відображені в наукових працях закордонних та вітчизняних науковців А. Адріанова, Г. Азоєва, А. Бондаренка, А. Градова, Ж.-Ж. Ламбена, І. Лошенюк, Г. Минцберга, Т. Нейлора, В. Павлової, М. Портера, А. Дж. Стрікленда, А. Томпсона, Р. Фатхутдінова, А. Челенкова, М. Чорної, З. Шершньової, В. Шинкаренка, А. Юданова. Результати досліджень конкурентних переваг кооперативних підприємств відображені в працях С. Бабенка, Я. Ванека, А. Макаренка, Б. Мізюка, М. Туган-Барановського, Б. Уорда, Х. Флакиєрські, О. Шика.

Зміни теоретичних підходів до трактування конкурентоспроможності підприємства є ознакою відображення становлення ринкового механізму функціонування суб'єктів підприємництва. Узагальнення літератури показало, що єдиного термінологічного підходу до визначення конкурентних переваг підприємства та управління ними немає (табл. 1). Теоретичні основи економічної оцінки забезпечення конкурентними перевагами підприємства закладені у наукових працях, побудовані на маркетинговому, організаційно-управлінському, фінансово-економічному та соціальному підходах до обґрунтування процесу формування конкурентного середовища. На думку А. Томпсона і А. Дж. Стрікленда, конкурентні переваги – це споживчі властивості товару, досвід і знання, успіх у ринковому середовищі і взагалі все, що забезпечує прибутковість підприємства [13]. Такий підхід відображає цільову функ-

цію підприємства – максимізацію прибутку, водночас не враховуючи соціальних факторів впливу на покупців. Сутність конкурентних переваг підприємства слід розглядати тільки на підставі оцінки процесів їхнього формування і розвитку, що дозволяє приймати якісні управлінські рішення в даній сфері.

З. Є. Шершньова характеризує конкурентні переваги як перелік чинників для певної галузі, що приносять їй переваги перед іншими галузями, а також підприємствами тієї самої галузі. Ці фактори постійно змінюються залежно від конкурентного середовища, а також часу та стану “життєвого циклу” галузі чи підприємства [16]. На нашу думку, даний підхід не відображає міжгалузевого впливу на формування конкурентних переваг кооперативних підприємств, зокрема, розвитку конкурентного середовища в цілому. Разом з тим, дія факторів конкуренції в галузі створюють умови для її динамічного розвитку, а, отже, “старіння” наявних конкурентних переваг і необхідності їхньої підтримки на якісно новому рівні. Відповідно, для досягання конкурентної переваги кооперативним підприємствам необхідні комплексні зусилля для нівелювання впливу зовнішніх (неконтрольованих) факторів.

Таблиця 1

Узагальнення основних авторських визначень поняття „конкурентна перевага підприємства”

Автор, джерело	Зміст визначення
С. Клименко, Т. Омеляненко [14], М. Портер [11]	Перевага підприємства в якійсь області чи діяльності у випуску товарів, у порівнянні з конкуруючими підприємствами.
Г. Азоев [1]	Концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, яку можна виміряти економічними показниками.
Ж.-Ж. Ламбен [7]	Характеристики, властивості товару чи марки, що створюють для підприємства визначену перевагу над своїми прямими конкурентами.
А. Градов [5]	Глобальна ціль економічної стратегії підприємства і галузі національної економіки. Найбільша продуктивність використання ресурсів, що забезпечує досягнення конкурентних переваг.
В. Шинкаренко, А. Бондаренко [17]	Перевага, висока компетентність підприємства у порівнянні зі своїми конкурентами, заснована на досягнутому рівні конкурентного статусу, достатності й ефективності використання конкурентного потенціалу.
В. Оберемчук [8]	Перевага, що забезпечує доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню твердих позицій на ринку; основа успішного існування та розвитку підприємства.
Л. Балабанова, В. Холод [2], Р. Фатхутдинов [15]	Властива системі яка-небудь ексклюзивна цінність, що дає їй перевагу над конкурентами.
В. Павлова [9]	Діяльність підприємства, яка пов’язана зі зміцненням ринкової позиції, пристосуванням видів його діяльності до обраної стратегії, вибором політики відносин до конкурентів, швидкою реакцією на зміни у конкурентному середовищі діяльності.

Як зазначає А. Ю. Юданов, конкурентні переваги підприємства визначаються досконалістю використовуваних технологій, вмілою організацією маркетингової служби, ефективним менеджментом та низкою інших економічних і технічних параметрів роботи підприємства [18]. Це передусім важливо для кооперативних підприємств, оскільки їхній кадровий потенціал в основному складається з працівників, освіта яких не дозволяє впроваджувати інноваційні підходи до організації та управління діяльністю. Водночас інноваційний розвиток підприємств передбачає зростання капіталовкладень, що в короткотерміновому аспекті дещо знижує їх конкурентоспроможність.

Разом з тим, загальноприйняте в літературі порівняння конкурентних переваг підприємства, реалізованих у конкретних товарах, цінностях або потенціалі, обмежує можливості проведення порівняльного аналізу діяльності кооперативних підприємств у сучасних умовах. У будь-якому разі організація ефективної підприємницької діяльності має на меті не тільки стабільне отримання комерційного ефекту, а й посилення його інтенсивності в стратегічному періоді. Тому забезпечення формування та використання конкурентних переваг підприємства, особливо на стадії інтенсивного розвитку, є формою втілення підприємницького таланту в стратегічному управлінні господарською системою в цілому.

Враховуючи те, що рівень конкурентних переваг підприємства визначає ступінь його конкурентоспроможності, економічний зміст конкурентних переваг кооперативного підприємства сучасного типу відображає, з одного боку, ступінь розвиненості елементів конкурентного потенціалу кооперативного підприємства, а з іншого боку – напрями впливу й ефективність використання підприємством умов конкурентного середовища. Таким чином, не маючи конкурентних переваг, кооперативне підприємство не може бути конкурентоспроможним на ринку товарів і послуг.

Наголосимо, що конкурентні переваги кооперативних підприємств виникають в умовах розвитку конкуренції. Тому теоретичною основою в дослідженні конкуренції і конкурентних переваг необхідно вважати класичні моделі конкурентного середовища. Нинішній етап розвитку ринкових відносин в економіці України неможливо описати, використовуючи лише одну з них. Підприємства споживчої кооперації, що функціонують в умовах конкуренції, повинні адаптуватися до різних конкурентних умов, притаманних кожному типу конкуренції, і розробляти відповідні стратегії на основі пріоритетного розвитку тих чи інших конкурентних переваг.

Враховуючи реалії вітчизняної економіки, конкурентні переваги кооперативних підприємств необхідно розглядати в розрізі основних стратегічних напрямів розвитку і реформування споживчої кооперації України в цілому, зокрема: поновлення та збереження цілісної системи споживчої кооперації; перетворення споживчої кооперації України в потужну економічну структуру на ринку товарів і послуг; урегулювання процедур розпорядження пайовиками кооперативним майном; розширення масштабів міжнародного співробітництва в світовій економіці.

Зазначимо, що механізм формування та реалізації конкурентних переваг у конкурентному середовищі функціонування підприємства охоплює спектр економічних, організаційно-управлінських, технічних, технологічних, правових, кадрових та соціальних відносин. Розглядаючи конкурентні переваги як реалізовані можливості підприємства, наголосимо, що вони формуються під впливом рівня використання його конкурентного потенціалу та рівня розвитку його ключових компетенцій. У

зв'язку з цим конкурентною перевагою рентабельних кооперативних підприємств є можливість нагромаджувати ресурсний потенціал шляхом капіталізації прибутку, оптимізувати ціну реалізації продукції відповідно до рівня рентабельності. За даними Укоопспілки, лише у I кварталі 2011 р. кількість прибуткових кооперативних підприємств скоротилась майже на 3,0%, валовий прибуток у промисловості зменшився в 3,5 рази, а у ресторанному господарстві – на 10,0%; сума капітальних інвестицій знизилась до 25,8 млн грн або на 15,7%, у тому числі в основний капітал – на 41,7% порівняно з відповідним періодом попереднього року [10]. Конкурентною перевагою кооперативних підприємств є можливість об'єднання стратегічних ініціатив низового рівня, обираючи загальноконкурентну стратегію.

Стратегічним напрямком використання територіального розміщення як фактора конкуренції, враховуючи досвід інших країн, є концентрація торговельних підприємств у приміських поселеннях. При цьому інвестиційна привабливість зменшення терміну окупності капіталовкладень у кооперативні підприємства, формування контингентів лояльних покупців є джерелами обґрунтування конкурентної переваги, яка використовується підприємствами споживчої кооперації в незначній мірі або ж взагалі ігнорується.

Очевидно, що особиста участь пайовика у спільному веденні економічної діяльності кооперативного підприємства зумовлює його схильність до підвищення власної продуктивності праці та відповідальності за отриманий результат. Так, переважаючи темпи росту продуктивності праці, порівняно зі середньою заробітною платою, є відображенням відносного зменшення витрат кооперативного підприємства, зростання ефективності використання засобів праці та комплексною характеристикою ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства. Підвищення продуктивності праці персоналу кооперативного підприємства як фактор забезпечення конкурентоспроможності є результатом відносного скорочення їх чисельності, зростання якості обслуговування споживачів, ефективної господарсько-фінансової діяльності внаслідок зменшення рівня витрат на оплату праці. У I кварталі 2011 р. співвідношення темпів зростання продуктивності праці та заробітної плати у підприємствах споживчої кооперації перевищило одиницю (у торгівлі – 1,05; промисловості – 1,02) проти відповідного періоду попереднього року, що можна розглядати як конкурентну перевагу кооперативних підприємств та можливість її використання у формуванні цінової політики. Крім того, середньомісячне навантаження працівників кооперативних підприємств за аналогічний період збільшилось на 20,0%, 17,2%, 11,8% в торгівлі, ресторанному господарстві, промисловості відповідно [10, с. 68-70]. Це свідчить про динамічність розвитку кооперативних підприємств та існуючі резерви у використанні конкурентних переваг трудового потенціалу з метою системного забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку. Більше того, за I квартал 2011 р. чисельність працівників споживчої кооперації скоротилась більше, ніж на 5,0%, дебіторська заборгованість збільшилась на 12,1%, у тому числі за товари, роботи і послуги – на 16,1%. Хоча середньомісячна заробітна плата працівників споживчої кооперації за I квартал 2011 р. збільшилась на 13,5%, однак її розмір менший від загальноукраїнського значення на 70,0% [10, с. 54-55].

Важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємства є активне використання традиційних засобів стимулювання споживачів до здійснення покупки, зокрема, реклами, демонстрацій, розігрування призів. Надання додаткових

послуг кооперативним підприємством зумовлює формування конкурентних переваг шляхом зростання сегменту обслуговуваних споживачів. Так, із 17 січня 2012 р. в магазинах системи споживчої кооперації стартувала акція “З турботою про українське”, яка дозволить охопити 10,5 тис. магазинів у сільській місцевості та запропонувати якісні товари перевірених технологій виробництва. Підтвердженням відповідної програми є розроблений стікер (емблема) з назвою “Це не apple, це – краще”, що перетворює вироблені підприємствами-виробниками системи Укоопспілки товари у бренди із соціальною спрямованістю, особливо, в напрямі покращення споживання “здорової їжі” [3]. Конкурентна перевага кооперативного підприємства від використання рекламних засобів є значною в умовах розвинутої конкуренції та забезпечує зростання сегмента цільового ринку, кількості обслуговуваних споживачів і обсягу товарообороту в цілому. Як правило, темпи зростання витрат на рекламу є значно меншими, порівняно з темпами зростання товарообороту, що забезпечує ефективність рекламних заходів в умовах розвитку інфраструктури конкурентного середовища.

Проведення відповідних акцій дозволить вирішити соціально-економічні завдання реформування споживчої кооперації у напрямі подолання перешкод у закупівлі кооперативними організаціями сільськогосподарських продуктів і сировини безпосередньо у населення. Скорочення кількості посередників у ланцюгу товароруху мінімізує цінову конкуренцію для кооперативного підприємства на ринку і підвищує зацікавленість населення у придбанні товарів у системі споживчої кооперації.

Важливою конкурентною перевагою кооперативного підприємства, що забезпечує стабільність реалізації товарів, є асортиментна структура товарообороту. Для кооперативних підприємств за 2009-2011 рр. коефіцієнт стійкості асортименту має тенденцію до зростання (від 0,802 до 0,845), що свідчить про ефективність закупівлі та доставки товарних ресурсів необхідного обсягу і якості, відповідність асортименту товарів споживчому попиту населення. Важливою характеристикою конкурентоспроможності кооперативних підприємств є відсутність неходових та надлишкових товарних запасів (частка неходових і залежаних товарів в товарообороті не перевищує 3,2%), що зменшує їх потребу в оборотному капіталі. Відповідно, конкурентну перевагу відсутності неходових товарів можна оцінити через розрахунок втрат від реалізації переоцінених товарів, понаднормових втрат товарних запасів.

Системність взаємозв'язків конкурентних переваг кооперативного підприємства забезпечується організаційно-економічними заходами, відображеними управлінськими діями та відповідними їм показниками. Так, закінчення процесу урегулювання процедур розпорядження пайовиком кооперативним майном визначається факторами власності на засоби праці, концентрації капіталу і територіального розміщення підприємства, функціональними особливостями, структурою персоналу та їх кваліфікацією, системою і рівнем матеріального стимулювання праці.

На 1.04.2011 р. середня величина пайового внеску пайовика споживчого товариства склала 370 грн, що є недостатнім для забезпечення фінансової стійкості та ділової привабливості споживчої кооперації в цілому. Це змушує кооперативні підприємства залучати кредитні кошти: на 1.04.2011 р. кредитний портфель системи досяг рівня 400 млн грн, який перевищує сукупний обсяг діяльності підприємств торгівлі, ресторанного господарства і промисловості більше, ніж у 300 разів [10, с. 63].

Підкреслимо, що механізм реалізації конкурентних переваг окремих кооперативних підприємств на ринку товарів формується відповідно до впливу внутрішньогалузевих факторів, власних сильних і слабких сторін, підприємств-конкурентів, ефективного нагромадження та використання ресурсного потенціалу. Ресурсне забезпечення є джерелом потенціалу конкурентоспроможності в умовах адекватності методів управління та функціональності цільової стратегії підприємства. Очевидно, в точці ресурсозабезпеченого прибутку підприємство максимально використовує конкурентні переваги ресурсного потенціалу, забезпечує інтенсивне відтворення економічних ресурсів шляхом ефективного використання та капіталізації фінансового результату [6]. Визначення обсягу товарообороту в точці ресурсозабезпеченого прибутку передбачає розрахунок основних показників ефективності використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів підприємства та побудову динамічної моделі.

Дослідження показників господарсько-фінансової звітності Дрогобицької РСС (табл. 2) показало, що однією з її конкурентних переваг є відносно низький вплив інфляційних процесів та зовнішніх факторів на реальну вартість матеріально-технічної бази. Відтворення матеріальних ресурсів підприємства передбачає зростання конкурентоспроможності внаслідок удосконалення технологічної структури основних засобів, зростання їх активної частини, переважання темпів зростання товарообороту над темпами зростання вартості основних засобів, результатом якого є формування конкурентної переваги фондівіддачі.

Зростання товарообороту формує іншу конкурентну перевагу – зменшення рівня умовно-постійних витрат, що пов'язані з формуванням і утриманням матеріально-технічної бази кооперативного підприємства. Відповідно, зменшення витратомісткості процесу товарного обігу дозволяє використовувати методи цінової конкуренції шляхом мінімізації роздрібної ціни, пришвидшення товарооборотності запасів, підвищення рентабельності господарсько-фінансової діяльності підприємства.

Важливим фактором ресурсного забезпечення конкурентоспроможності Дрогобицької РСС є переважання інвестиційної привабливості матеріально-технічної бази торгівлі, порівняно з іншими галузями, зокрема, матеріального виробництва. Вартість інвестиційних проектів зростає у зв'язку з потребою розміщення кооперативних підприємств у місцях концентрації споживачів, де витрати на купівлю чи оренду землі переважають величину інших структурних елементів капітальних витрат.

Показники табл. 2 свідчать про незадовільний стан та високу залежність покриття потреби в оборотних активах Дрогобицької РСС від зовнішніх запозичень. За 2011 р. наявний обсяг власного оборотного капіталу виявився достатнім для формування оборотних активів в цілому та окремих його елементів, що характеризує зменшення кредиторської заборгованості товарного характеру. Зазначимо, що ефективність управління товарними запасами є відображенням відтворення фінансових ресурсів, конкурентними перевагами якого є швидкість реалізації товарів, тривалість одного обороту, мінімізація витрат з товаропостачання, ритмічність надходження товарів, рівень товарних запасів на одиницю товарообороту, збалансованість показників плану товарообороту та плану формування товарного забезпечення. Конкурентною перевагою, що забезпечує соціальну ефективність діяльності кооперативних підприємств, у тому числі Дрогобицької РСС, є відповідність об'єму та структури товарних запасів вимогам споживчого попиту, визначених розмірами споживчого кошика. Управління товарними запасами та визначення їх оптимального рівня є

засобом мінімізації витрат з товаропостачання, зменшення потреби в оборотних коштах, ефективного відтворення фінансових ресурсів і умовою ресурсного забезпечення конкурентоспроможності кооперативних підприємств. На нашу думку, система рішень щодо ресурсного забезпечення конкурентних переваг кооперативних підприємств сучасного типу є результатом використання ринкових засобів управління капіталом і ресурсним потенціалом, обґрунтування конкурентної стратегії та бізнес-планування показників господарсько-фінансової діяльності підприємств.

Магістральним напрямом розвитку кооперативного сектору економіки можна вважати формування його ефективної моделі на основі міжнародних кооперативних принципів, національних особливостей і традицій. Так, 1 січня 2012 р. за рішенням Генеральної Асамблеї ЄвроКООПу, Укоопспілку прийнято як повноправного члена до європейського співтовариства споживчих кооперативів. Це актуалізує необхідність використання європейського досвіду та перспективних напрацювань у господарській діяльності кооперативних організацій.

Очевидно, що процес забезпечення конкурентними перевагами кооперативного підприємства є результатом генерації економічних стимулів від зростання обсягу реалізації, залучення нових покупців та створення сприятливих умов для купівлі-продажу товарів. Даний господарський процес є постійним і характеризується цільовим скеруванням підприємств-конкурентів на покращення власного становища на ринку, формування достатнього обсягу ресурсного потенціалу, гарантовані своєчасні розрахунки з постачальниками, бюджетом тощо. Зростання конкуренції в ринковому середовищі визначає стратегічну потребу кооперативного підприємства у підвищенні власної конкурентоспроможності та ефективному використанні конкурентних переваг.

3. Висновки для економічної політики

Економічні перетворення конкурентного середовища, що обумовлені процесами взаємозв'язку і конкуренції між його суб'єктами, є індикатором конкурентних переваг стратегічного позиціонування, саморегулятором спроможності розширення ринкового сегменту споживачів, системним засобом внутрішнього і опосередкованого контролю, збалансованого розвитку підприємства.

На нашу думку, структурна побудова системи ресурсного забезпечення конкурентоспроможності кооперативного підприємства є відображенням розробки і реалізації концепції організаційно-економічного механізму ефективного використання власних конкурентних переваг.

В сучасних умовах невизначеності та нестійкості макроекономічних параметрів соціально-економічного розвитку важливим є врахування впливу зовнішнього середовища на формування конкурентоспроможності кооперативних підприємств. Очевидною є проблема стійкості господарських взаємозв'язків торговельних та виробничих (посередницьких) підприємств споживчої кооперації, економічної обґрунтованості формування і використання ресурсного потенціалу суб'єкта конкурентного середовища, прогнозованості ступеня впливу та рівня державного регулювання його господарсько-фінансової діяльності.

Таблиця 2

Ефективність використання ресурсного забезпечення конкурентних переваг кооперативного підприємства

Показники	Значення для об'єкту конкурентного середовища		Значення для торгівлі в Україні		
	2009 р.	2010 р.		2011 р.	
I. Основні засоби					
Фондовідача, грн	0,44	0,63	0,71	2,16	1,22
Фондомісткість, грн	2,27	1,59	1,41	0,46	0,82
Фондоозброєність, тис. грн / чол.	48,5	47,3	50,1	20,5	29,57
Фондорентабельність, %	0,38	0,25	0,23	1,87	2,3
Інтегральний показник ефективності	0,41	0,40	0,40	2,0	1,7
Товарооборот на 1 м ² торгової площі, тис. грн	0,87	1,32	1,45	2,15	9,51
Товарооборот з продажу продуктів на 1 м ² торгової площі, тис. грн	0,74	1,24	1,39	2,31	7,10
Товарооборот з продажу непродтоварів на 1 м ² торгової площі, тис. грн	2,31	2,31	2,0	1,85	12,11
II. Трудові ресурси					
Продуктивність праці одного працюючого, тис. грн	21,1	29,9	32,1	47,7	33,4
Витрати на оплату праці одного працюючого, грн	15207,00	16685,16	18431,76	17480,40	33121,20
Рівень витрат на оплату праці, %	11,7	10,1	12,0	15,1	20,1
Середньомісячна заробітна плата одного працюючого, грн	1267,25	1390,43	1535,98	1456,70	2760,10
Торгова площа, яка припадає на працівника, м ²	24,3	22,7	23,1	16,5	9,94
III. Оборотні кошти					
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	5,9	7,6	7,2	5,2	27,1
Термін обороту оборотних коштів, дн.	61,0	47,4	50,0	69,2	13,3
Рентабельність товарообороту, %	0,9	0,4	1,0	0,87	1,15
Рентабельність оборотних коштів, %	5,2	3,0	4,0	14,0	31,1
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,11	0,71	1,05	1,45	0,97

Подальші дослідження конкурентних переваг слід проводити в розрізі оцінки економічних вигод від залучення до кооперативного руху, що є необхідною умовою трансформування кооперації у національну економічну систему, відродження демократичних основ діяльності кооперативних підприємств та підвищення їхньої економічної ефективності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : Типография “НОВОСТИ”, 2000. – 256 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2006. – 294 с.
3. Балабко О. З турботою про українське / О. Балабко, О. Гуцул, П. Коломієць // Вісті ДВ. – 2012. – № 3. – С. 2-5.
4. Гончаренко В. В. Реформуючись, кооперація має зберегти соціальну функцію / В. В. Гончаренко // Голос України. – 2011. – № 229. – С. 6-7.
5. Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособ. / [под ред. А. П. Градова]. – [3-е изд., испр.]. – СПб. : Спец-Лит, 2000. – 588 с.
6. Качмарик Я. Д. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства / Я. Д. Качмарик // Вісник ЛДФА : зб. наук. статей. – Економічні науки. – № 14. – Львів : ЛДФА, 2008. – С. 106-112.
7. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен; [пер. с фран.]. – СПб. : Наука, 1996. – 592 с.
8. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємств / В. Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 228 с.
9. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Дніпропетровськ : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
10. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за I квартал 2011 року. – К. : Укоопспілка, 2011. – 71 с.
11. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; [пер. с англ. А. Олійник, Р. Спільський]. – К. : Основа, 1997. – 392 с.
12. Рогоза М. Є. Концептуальний погляд щодо механізмів забезпечення ефективності розвитку споживчої кооперації України / М. Є. Рогоза // Українська кооперація. – 2011. – № 4. – С. 32–35.
13. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – [12-е изд.]. – М. : ИД “Вильямс”, 2005. – 928 с.
14. Управління конкурентоспроможністю підприємства / [С. М. Клименко та ін.]. – К. : КНЕУ, 2009. – 520 с.
15. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр “Маркетинг”, 2002. – 892 с.
16. Шершньова З. Є. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
17. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. – 188 с.
18. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. – М. : Изд-во ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.