

В'ячеслав О. Колотій
**НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОГО РІТЕЙЛЮ
В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

У статті розглянуто науково-методичні основи формування і використання потенціалу підприємств торгівлі будівельними товарами та їх сталого розвитку на конкурентному ринку. Запропоновано підхід до аналізу потенціалу підприємств будівельного ритейлу та зроблено висновки щодо можливості роздрібним підприємствам на ринку будівельних товарів дістати реальних конкурентних переваг та забезпечити гарантовану реалізацію своїх економічних програм, стабілізацію товарної та збутової політики тощо.

Ключові слова: сталий розвиток; потенціал підприємства; торгівля будівельними товарами; фінансові показники; роздрібні мережі; підприємство торгівлі.

Рис. 1. Літ. 20.

Вячеслав А. Колотий
**НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОГО РИТЕЙЛА
В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

В статье рассмотрены научно-методические основы формирования и использования потенциала предприятий торговли строительными товарами и устойчивого развития на конкурентном рынке. Предложен подход к анализу потенциала предприятий строительного ритейла и сделаны выводы о возможности розничным предприятиям на рынке строительных товаров получить реальные конкурентные преимущества и обеспечить гарантированную реализацию своих экономических программ, стабилизацию товарной политики, сбыта и т.д.

Ключевые слова: устойчивое развитие; потенциал предприятия; торговля строительными товарами; финансовые показатели; розничные сети; предприятие торговли.

Viacheslav O. Kolotii¹

**METHODOLOGICAL FRAMEWORK FOR IMPLEMENTING
THE POTENTIAL OF CONSTRUCTION RETAIL ENTERPRISES
IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

The article considers the methodological grounds for the formation and usage of the potential of construction retail enterprises and their sustainable development at the competitive market. An approach to analyzing the potential of building retail enterprises and conclusions regarding the possibility of retailers in the construction products market to get a competitive advantage and provide guaranteed realization of their economic programs and stabilization of commodity marketing policy etc. is offered.

Keywords: sustainable development; enterprise potential; construction retail; financial indices; retail chains; trade enterprise.

Постановка проблеми. Успішність реалізації концепції сталого розвитку підприємств, в тому числі і торгівлі будівельними товарами, залежить від багатьох аспектів і, в першу чергу, від обраних стратегій його забезпечення на рівні різних форматів торгівлі. Перехід підприємств на засади сталого розвитку повинен здійснюватися у відповідності з пріоритетами соціально-економічного розвитку держави, галузі та сучасних тенденцій споживчого попиту.

¹ Donetsk National University of Economics and Trade of Mykhailo Tugan-Baranovskyi, Ukraine.

Актуальність даної проблеми підтверджується багатьма чинниками, що сприяють розвитку торгівлі, але, перш за все, кризовим станом світової економіки, який також відбивається і на ринку України.

Сталість розвитку підприємств торгівлі залежить не тільки від потужності роздрібною мережі, її спеціалізації, споживчого попиту, але й, в значній мірі, від технологічного, кадрового, асортиментного, інноваційного потенціалів та інвестиційної привабливості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз наукової літератури показав, що дослідженню потенціалу різних підприємств і формуванню стратегії їх сталого розвитку на підставі максимального використання потенціалу присвячені роботи багатьох як іноземних, так і вітчизняних дослідників, серед яких можна назвати Л.В. Балабанову [1], О.М. Бутнік [3], М.М. Глазова [5], Т. Коупленда [10], Д.Л. Щура [19].

В спеціальній літературі з економіки немає однозначного тлумачення категорії економічного потенціалу. Існує багато підходів до розуміння сутності та структури елементів, що формують економічний потенціал підприємства, у відповідності до галузей та спеціалізації підприємств. Так наприклад, Д. Ворон [4] та А. Румянцев [7] економічний потенціал визначають як сукупність економічної спроможності галузей народного господарства. На нашу думку, така точка зору має сенс, але більш сприятливим поясненням економічного потенціалу є підхід до визначення економічного потенціалу як сукупності наявних ресурсів, який простежується у роботах А. Архипова [8], А. Макаренко [12], Ф. Русінова [12] та інших.

Теоретичній базис концепції сталого розвитку постійно поповнюється новими результатами досліджень в різних напрямках політичних, економічних, екологічних, державних та регіональних. Стратегії забезпечення сталого розвитку різних рівнів розглядалися в роботах Л.В. Жарової [9], А.А. Садекова [13], Є.В. Хлобистова [6], В.Я. Шевчука [19] та інших.

Невирішені частини проблеми. Враховуючи те, що стратегія сталого соціально-економічного розвитку охоплює всі ланки макро- та мікросередовища, дослідження науково-методичних основ використання потенціалу підприємств будівельного ритейлу, у контексті сталого розвитку необхідно зосередити на розробці та обґрунтуванні підстав для ефективного використання потенціалу підприємств у конкурентному середовищі та сприянню впровадження спеціальних інструментів для подальшого інноваційного розвитку підприємств.

Метою дослідження є визначення структури потенціалу підприємств торгівлі будівельними товарами та аналіз його елементів.

Основні результати дослідження. Розглядаючи механізм формування і використання потенціалу підприємства торгівлі на ринку, необхідно зазначити, що метою підприємств є максимальне використання свого потенціалу і ефективною інтеграції з отриманням взаємної вигоди з контрагентами, створюючи інтегровану структуру в межах ланцюгу «виробник – торгівля – споживач». Іншими словами, використання потенціалу підприємства та взаємної користі, в тому числі синергетичного результату, характеризують стійкість окремих підприємств торгівлі та імовірних економічних кластерів при взаємодії з підприємствами-партнерами.

На ринку підприємств роздрібно́ї та гуртово-роздрібно́ї торгівлі будівельними товарами, з нашої точки зору, можна виділити декілька форматів – магазин біля дому, магазин будівельних товарів, гіпермаркет будівельних товарів, неорганізований ринок. Систематизація форматів підприємств торгівлі, з одного боку, дає змогу сформува́ти основні об'єктивні, загальні, ринкові вимоги до цих підприємств, а також визначити принципи формування їх економічного потенціалу – з іншого. Але рівень використання потенціалу кожно́ю групо́ю підприємств і ко́жним окре́мим підприємством в цілому залежить тільки від менеджменту торговельного підприємства, його кваліфікації, знання специфіки ринку та спроможності до інноваційних перетворень як матеріальної бази так і торгово-технологічного процесу.

Потенціал підприємства складається з різних складових, що формують його конкурентні здатності. Ми поділяємо точки зору авторів О.С. Федоніна, І.М. Репіна та О.І. Олексюка [17, 14], які наголошують, що необхідно відокремлювати виробничо-економічний потенціал підприємства від ринкового, вважаючи, що виробничо-економічний потенціал, крім основних та обігових фондів і персоналу, включає технології підприємства та ресурси управління. Далі вони стверджують, що виробничо-економічний потенціал визначає конкурентоспроможність підприємства, яка характеризує можливість дороблення, виготовлення і збуту продукції за ціновими та й іншими якостями.

До елементів економічного потенціалу підприємств торгівлі, з нашої точки зору, можна віднести наступні складові: матеріальний та торговельно-технологічний потенціали, фінансово-комерційний потенціал. Реалізація елементів потенціалу жорстко пов'язана з використанням цілої низки ресурсів – матеріальних, нематеріальних, фінансових та людських (рис. 1). Ці ресурси порівнюються між собою з метою встановлення необхідної пропорційності між їх наявністю, використанням і їх взаємодоповнюваністю. На практиці має місце перевищення ресурсів одного типу і нестача іншого типу ресурсів.

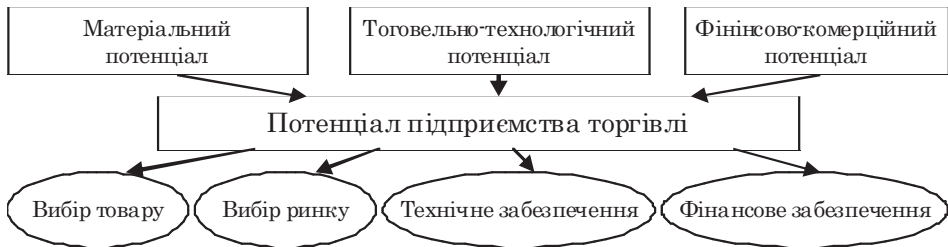


Рис. 1. Складові потенціалу підприємства торгівлі та елементи забезпечення його реалізації, авторська розробка

Формування потенціалу підприємства – це процес створення нового носія таким чином, щоб властивості кожного з його окремих функціональних елементів забезпечували максимальне використання властивостей усіх інших елементів, а їх сукупність надавала нову властивість підприємству як цілісному об'єкту в умовах обмежень зовнішнього середовища [2, 66].

Для підприємств будівельного ритейлу характерна недостатність фінансових ресурсів, пов'язаних з просуванням та реалізацією продукції.

Процес оцінки ресурсів часто пов'язаний з суб'єктивними проблемами. Так, внутрішні джерела інформації недостатні та часто суперечать одне одному. Тому потрібна діагностика самої системи збору та обробки економічної інформації, її достовірності, повноти, гнучкості та відображення.

Для оцінки використання конкурентного потенціалу підприємствами торгівлі нами пропонується збалансована система показників:

- місце знаходження будівлі торговельного підприємства і стан прилеглих територій;
- вид, тип та особливості будівлі; безпека для життя і здоров'я покупців; комфортність, технічна оснащеність, внутрішній і зовнішній дизайн;
- методи обслуговування;
- асортимент товарів;
- кваліфікація персоналу;
- якість обслуговування;
- перелік послуг, що надаються.

Розрахунок цих параметрів проводиться в два етапи. На першому етапі виявляється коефіцієнт вагомості окремих показників, а на другому – розраховується фактичний показник використання потенціалу по підприємству з урахуванням експертних оцінок.

Невід'ємною часткою комплексу наведених показників є кількісні показники, які характеризують якість фінансового управління підприємствами [11, 50]:

- сума чистої вартості підприємства, яка дає можливість виявити порушення фінансової стійкості підприємства;
- коефіцієнт загальної ліквідності на початок та кінець звітного періоду, що виражає частку платежів, яку підприємство може здійснити після мобілізації усіх своїх обігових коштів;
- коефіцієнт забезпеченості власними обіговими активами, який показує ступінь забезпеченості власними обіговими активами загальної суми обігових активів;
- коефіцієнт відновлюваній платоспроможності, що дозволяє оцінити спроможність відновлювання підприємством платоспроможності;
- коефіцієнт втрати платоспроможності, який дозволяє оцінити можливість втрати підприємством платоспроможності;
- коефіцієнт фінансової залежності, що показує частку позикового капіталу в формуванні активів підприємства;
- коефіцієнт автономії, що показує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування;
- коефіцієнт платоспроможності, що характеризує здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання;
- коефіцієнт абсолютної ліквідності, який характеризує якісний склад засобів та джерел покриття поточних зобов'язань.

У процесі визначення рівня використання потенціалу підприємства, розробки напрямків сталого розвитку необхідно встановити, що він ґрунтується на особливостях ринкової діяльності: необхідне врахування специфіки сегмента ринку, ефективне використання ресурсів підприємства, постійний мо-

ніторинг попиту, ринкового середовища і гарантій екологічної безпеки підприємства.

Отже, виходячи з особливостей діяльності різних форматів підприємств торгівлі при розробці пропозицій щодо оптимізації управління асортиментом найбільш доцільним є використання обігово-вартісного аналізу (ОВА). При проведенні ОВА має сенс обирати об'єктом аналізу номенклатурну одиницю чи позицію асортименту, яка дозволяє провести детальний аналіз продажів, а для аналізу структури асортименту – товарну категорію. При проведенні аналізу з метою управління асортиментом аналізують два параметри: обіг в натуральному виразі і дохід. При цьому аналіз повинен проводитися як для кожної категорії асортименту, так і по категорії взагалі. Це дозволяє визначити, які товари користуються більшим попитом у споживачів та визначити найбільш корисні товари для підприємства торгівлі з фінансової точки зору. Кінцевим результатом ОВА буде отримання алгоритму визначення та подальшого вилучення з асортименту підприємства торгівлі товарів-аутсайдерів (з недостатнім рівнем попиту та отриманого прибутку). З іншого боку, визначення найбільш привабливих товарів, які активно реалізуються, та дохідних товарів сприяє розширенню за їх рахунок асортименту підприємства в перспективі.

До інструментів використання потенціалу та забезпечення сталого розвитку також належать організаційні та екологічні компоненти, які можуть посилити привабливість підприємства для покупців і збільшити його конкурентоспроможність. Так, серед організаційних інструментів пропонується виділити такі напрямки розширення кола послуг (в залежності від формату підприємства торгівлі):

1) для магазину біля дому та магазину будівельних товарів:

- розширення консультацій покупців;
- використання торгівлі на замовлення;
- виконання часткових ремонтів та профілактики комунальних мереж, комерційних та житлових приміщень тощо;

2) для універсальних магазинів та гіпермаркетів:

- організація спеціалізованих будівельних бригад;
- створення дизайнерських підрозділів;
- транспортні послуги тощо.

Окремою інноваційною послугою може стати екологічно орієнтована послуга, пов'язана з обміном та утилізацією використаних будівельних товарів і тари в обмін на послуги чи товари та дрібниці.

Висновки. Наведений підхід до аналізу потенціалу підприємств будівельного ритейлу та його використання дасть можливість роздрібним підприємствам на ринку будівельних товарів отримати реальні конкурентні переваги та забезпечити гарантовану реалізацію своїх економічних програм, стабілізацію товарної та збутової політики, задовольнити споживчий попит і забезпечити сталий розвиток у перспективі.

1. Балабанова Л.В., Маржинський Р.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 153 с.

2. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.

3. *Бутник О.М.* Економіко-математичне моделювання динамічних закономірностей розвитку економічних систем: Монографія. – Х.: ІНЖЕК, 2003. – 224 с.
4. *Ворон Д.* Економічний потенціал // *Управление проектами: Толковый англо-рус. прав. / Под ред. В.Д. Шапиро.* – М., 2000. – С. 244.
5. *Глазов М.М.* Диагностика предприятий: новые решения / С.-Петербургский институт экономики и финансов. Высшая эконом. школа. – СПб., 1997. – 122 с.
6. Екологічна безпека трансформаційної економіки: Монографія / Нац. акад. наук України. – К.: Чорнобильінтерінформ, 2004. – 332 с.
7. Економічна енциклопедія / Гол. ред. А.М. Румянцев. – М.: Радянська енциклопедія, 1980. – Т. 4. – 672 с.
8. Економічний потенціал // *Економічний словник / Під ред. А.І. Архіпова.* – К., 2001. – С. 98.
9. *Жарова Л.В., Какутич Є.Ю., Хлобистов Є.В.* Екологічне підприємництво та екологізація підприємництва: теорія, організація, управління: Монографія / За ред. Б.М. Данилишина; Рада по вивч. продуктив. сил. України НАН України; Наук.-дослід. ін-т сталого розвитку та природо-користування. – Суми: Університетська книга, 2009. – 240 с.
10. *Коупленд Т., Коллер Т., Мурри Дж.* Стоимость компаний: оценка и управление / Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 1999. – 569 с.
11. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник / О.К. Добикіна, В.С. Рижиков, С.В. Касьянюк та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
12. *Русинов Ф., Макаренко О.* Формирование и оценка конкурентоспособного потенциала предприятия // *Консультант директора.* – 1998. – №19. – С. 58.
13. *Садеков А.А.* Предпринимательство и устойчивое развитие: Монографія / М-во образования и науки Украины, Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк, 2002. – 450 с.
14. *Справочник директора предприятия / Под ред. М.Г. Лапусты.* – М.: ИНФРА-М, 1996. – 704 с.
15. Теория и практика антикризисного управления: Учебник для вузов / С.Г. Базаров, С.Г. Беляев, Л.П. Бельх и др.; Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
16. *Управление проектами: Толковый англо-рус. справочник / Под ред. проф. В.Д. Шапиро.* – М.: Высшая школа, 2000. – 379 с.
17. *Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І.* Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – 2-ге вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 316 с.
18. *Хомяков В.І., Белінська В.М., Федоренко О.В.* Потенціал і розвиток підприємства: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2011. – 432 с.
19. *Шевчук В.Я., Рогожин П.С.* Основи інвестиційної діяльності. – К.: Генеза, 1997. – 383 с.
20. *Шур Д.Л., Труханов Л.В.* Кадры предприятия: 300 образцов должностных инструкций: Практ. пособие. – 3-е изд. – М.: Дело и Сервис, 2001. – 912 с.

Стаття надійшла до редакції 9.07.2013.