

Дядюк М. А.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі,

Клеймьонова В. В.

студентка,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ПОВНОТИ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

У статті визначено аналітичний інструментарій дослідження повноти використання ресурсного потенціалу підприємств торгівлі. Виконана економічна оцінка повноти використання ресурсного потенціалу підприємств торгівлі із застосуванням технології конкурентного бенчмаркінгу. Встановлена конкурентна позиція кожного підприємства у своїй конкурентній групі.

Ключові слова: ресурсний потенціал, локальні потенціали, роздрібна торгівля, бенчмаркінг, конкуренція.

Постановка проблеми. Ключовим фактором успішного функціонування підприємств у ринковій економіці є забезпечення високого рівня компетенції певного підприємства відносно інших підприємств-конкурентів, що дозволяє досягти високого рівня конкурентоспроможності. В умовах ринкової економіки зібрати всю необхідну й повну інформацію про конкурента неможливо, проте доцільно ретельно аналізувати поточний стан конкурента, його конкурентну позицію в галузі, потенціал та стратегію його використання. Зіставлення окремих характеристик використання ресурсного потенціалу торговельних підприємств спрямоване на вирішення проблеми позиціонування підприємства у конкурентній групі та визначення перспектив розвитку з орієнтацією на лідерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-прикладні аспекти дослідження ресурсного потенціалу підприємств торгівлі досліджували такі науковці як: Б. М. Андрушків, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, Н. О. Власова, Н. С. Краснокутська, Т. В. Шталь, Т. В. Андросова та ін. Проте залишаються не вирішеними питання методичного та аналітичного характеру, пов'язані з цільовим спрямуванням досліджень на оцінку конкурентоспроможності з урахуванням галузевих особливостей діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Формування цілей статті. Визначити аналітичний інструментарій, дослідити ступінь повноти використання ресурсного потенціалу підприємств торгівлі конкурентної групи, що складається із середніх та малих підприємств роздрібною торгівлі та охарактеризувати їхню конкурентну позицію.

Виклад основного матеріалу. Завдання із визначення повноти використання ресурсного потенціалу підприємств, на думку авторів, доцільно вирішувати з використанням аналітичної технології бенчмаркінгу. Даний системний метод виявлення наявних недоліків та встановлення найбільш високих стандартів визнаний найбільш прогресивним у сучасних економічних дослідженнях та є популярним інструментом управління, оскільки дозволяє вирішувати широке коло проблем, пов'язаних з підвищенням ефективності бізнес-процесів і конкурентоспроможності [7, 8]. Вибір типу бенчмаркінгу був здійснений виходячи з їхньої змістовної характеристики.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика типів бенчмаркінгу [7-11]

Тип бенчмаркінгу	Сутнісна характеристика
1	2
Загальний бенчмаркінг (будь-яка галузь)	Форма еталонного зіставлення, яка є зрозумілою і корисною для кращих компаній у своєму класі. Націлений на вивчення найбільш ефективних процесів будь-якої компанії. Можна використовувати для зіставлення несхожих одна на одну організацій. Вимагає широкого концептуального аналізу всього процесу еталонного зіставлення і ретельного розуміння процедур в інших секторах економіки
Продукція та послуги	Покращує загальне розуміння власних конкурентних позицій на ринку і може в значній мірі спиратися на вторинні дослідження. Вимагає проведення великого числа інтерв'ю і польових досліджень
Фінансова ефективність	Допомагає представити в кількісній формі можливі досягнення і поставити завдання. Проводиться із відносно невеликими затратами на основі використання загальнодоступної інформації
Бізнес-процеси	Націлений на внутрішні та зовнішні бізнес-процеси. Конкуренти є очевидним, але не єдиним варіантом еталонного зіставлення, оскільки передбачається використання джерел інформації на всьому ланцюжку створення вартості конкурента, включаючи постачальників і дистриб'юторів, а також результати бенчмаркінгу компаній з інших галузей
Внутрішній бенчмаркінг (різновид бенчмаркінгу бізнес-процесів)	Передбачає проведення бенчмаркінгу власних бізнес-одиниць і філій. Є однією з найпростіших форм еталонного зіставлення. Основне завдання полягає у визначенні внутрішніх стандартів ефективності організації. Це веде до обміну досвідом використання передових методів роботи в рамках всієї компанії

1	2
Функціональний бенчмаркінг (функції, групи і організації однієї галузі)	Не стосується прямих конкурентів, передбачає зіставлення себе з галузевими лідерами або кращими функціональними операціями окремих компаній. Використовується компаніями для навчання на прикладі різних областей діяльності, що виконують аналогічні функції або робочі процеси. Покликаний виявляти не тільки те, чим займаються інші компанії, але і те, як їм вдається це зробити
Партнери по бенчмаркінгу	Заснований на виборі для порівняння з собою типової групи компаній (як правило – конкурентів) та / або організації з іншої галузі або інших компаній, що діють в рамках єдиного ланцюжка створення вартості. Головний критерій відбору – партнери з бенчмаркінгу повинні бути дуже ефективними або найефективнішими в своїй діяльності
Конкурентний бенчмаркінг (різновид партнерського бенчмаркінгу)	Проведення еталонного порівняння здійснюється з прямими конкурентами шляхом зіставлення відповідних позицій на ринку. Мета полягає в зіставленні компаній, що працюють на одних і тих же ринках і що пропонують конкуруючі продукти, послуги або робочі процеси. Вимагає прихованого проведення незалежних досліджень або конкурентної розвідки і, відповідно, аналізу відносного конкурентного і стратегічного позиціонування
Спільний бенчмаркінг (різновид партнерського бенчмаркінгу)	Передбачає порівняння своєї організації з компаніями в інших галузях або з компаніями в межах єдиного ланцюжка створення вартості. Проводиться шляхом відвідування відповідних об'єктів і добровільного обміну інформацією

Дослідження повноти використання ресурсного потенціалу підприємств торгівлі найбільш доцільно здійснювати з використанням технології конкурентного бенчмаркінгу шляхом визначення найкращих підприємств-еталонів, тобто визначення лідерів у кожній конкурентній групі за критерієм ефективності реалізації локальних та загального ресурсного потенціалів та порівняння даних ефективності реалізації локальних та загального ресурсного потенціалів партнерів по бенчмаркінгу з результатами еталонних підприємств. Локальні складові ресурсного потенціалу були розподілені згідно з науковими рекомендаціями [4-6] на товарний, технічний, просторовий, кадровий, фінансовий потенціали та потенціал нематеріальних ресурсів.

Процедура визначення найкращих підприємств-еталонів за даними вибіркової сукупності об'єктів досліджень, які були представлені конкурентною групою з 22-х середніх та малих підприємств роздрібною торгівлі, здійснювалася з використанням аналітичного апарату табличного процесору Excel, а саме – логічної функції «МАКС». Аналітичні показники результатів проведення бенчмаркінгу представлені у табл. 2.

Аналіз даних всередині конкурентної групи показав асиметричність у використанні ресурсного потенціалу, досліджуваних підприємств: будучи лідером за одним видом ресурсного потенціалу підприємство може мати значно гірші позиції за його іншими

складовими, що здійснює негативний вплив на комплексну характеристику конкурентної позиції у цілому за ресурсним потенціалом. А саме, наприклад ЗАТ «Гурія-магазин № 315» є кращим у своїй конкурентній групі за реалізацією технічного потенціалу, а за товарним – при максимумі 37,45 грн. на од. використаних ресурсів має показник лише 12,65 грн.; за кадровим потенціалом, відповідно, проти максимальних 28,65 грн. має показник лише 5,23 грн.

Таблиця 2

Результати бенчмаркінгу за конкурентною групою вибіркової сукупності середніх та малих підприємств роздрібної торгівлі за 2007-2012 рр. (грн. на од. ресурсу)

Підприємства	Показники-індикатори ефективності реалізації ресурсних потенціалів кращих підприємств-лідерів у своєму класі						
	Товарний потенціал	Технічний потенціал	Потенціал нематеріальних ресурсів	Просторовий потенціал	Кадровий потенціал	Фінансовий потенціал	Ресурсний потенціал
Середні та малі підприємства	37,45	281,71	6192,58	27,39	28,65	82,61	3,6

Графічне представлення отриманих результатів у вигляді радарних графіків за локальними потенціалами (приклад на рис. 1) дає можливість наочно встановити конкурентну позицію кожного підприємства у своїй конкурентній групі шляхом визначення його віддаленості від підприємства-еталону та підприємств-конкурентів у межах своєї конкурентної групи.

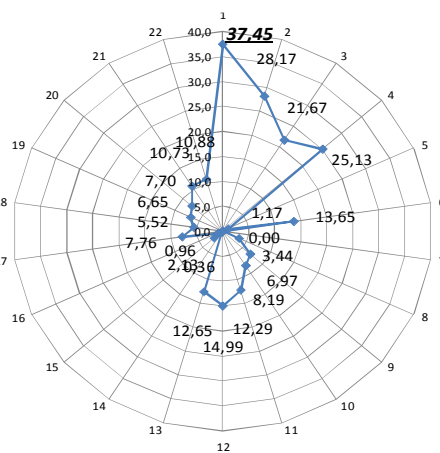


Рис. 1. Позичування підприємств роздрібної торгівлі досліджуваної конкурентної групи за результатами бенчмаркінгу за критерієм ефективності використання товарного потенціалу за 2007-2012 рр.

Графічне представлення отриманих результатів у вигляді радарних графіків за локальними потенціалами (приклад на рис. 1) дає можливість наочно встановити конкурентну позицію кожного підприємства у своїй конкурентній групі шляхом визначення його віддаленості від підприємства-еталону та підприємств-конкурентів у межах своєї конкурентної групи.

Графічне представлення отриманих результатів за загальним потенціалом (рис. 2) дає можливість наочно побачити значну розбіжність рівня використання ресурсного потенціалу у досліджуваних підприємствах, а також визначити конкурентну позицію кожного окремого підприємства шляхом порівняння ступеня його віддаленості від лідера у конкурентній групі.

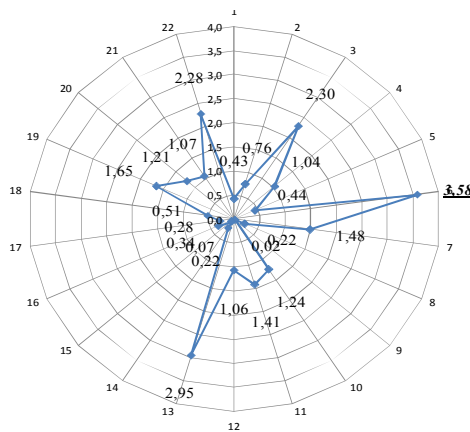


Рис. 2. Позичування підприємств роздрібної торгівлі досліджуваної конкурентної групи за результатами бенчмаркінгу за критерієм загальної ефективності використання ресурсного потенціалу за 2007-2012 рр.

Висновки. За результатами аналітичних досліджень була виявлена асиметричність та значна мінливість у використанні ресурсного потенціалу підприємств у конкурентній групі середніх та малих підприємств роздрібної торгівлі: будучи лідером за повнотою використання однієї складової ресурсного потенціалу підприємство може мати значно гірші позиції за іншими складовими. Це здійснює негативний вплив на узагальнену оцінку конкурентної позиції кожного окремо взятого підприємства. З метою підвищення повноти використання ресурсного потенціалу досліджуваних підприємств необхідне удосконалення та реорганізація бізнес-процесів, організаційних структур, систем управління і цінностей бізнесу та втілення передових методів роботи лідерів конкурентних груп.

Перспективи подальших досліджень полягають у наданні детермінованих характеристик результатам бенчмаркінгових досліджень повноти використання ресурсного потенціалу підприємств.

Список використаної літератури

1. Андросова Т. В. Торгівля в ринковій економіці / Т. В. Андросова. – Харків: ХДУХТ, 2001. – 120 с.
2. Шталь Т. В. Особенности формирования ресурсного потенциала в торговле / Т. В. Шталь // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. – Випуск 201, Т. II. – С. 462-473.
3. Андрушків Б. Шляхи підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства (дослідницькі аспекти) / Б. Андрушків, Л. Мельник, О. Погайдак // Формування ринкової економіки в Україні, 2012. Вип. 27. С. 3-7
4. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія / Н. С. Краснокутська. – Харків. Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2012. – 322 с.
5. Краснокутська Н. С. Особливості ресурсного потенціалу торговельних підприємств в Україні (емпіричний аналіз). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/22024/03-Krasnokuts'ka.pdf?sequence=1>
6. Гросул В. А. Структуризація ресурсного потенціалу підприємств торгівлі / В. А. Гросул, О. М. Филипенко // Бізнес інформ, 2013. – № 12. – С. 192-197.
7. Darrell Rigby and Barbara Bilodeau (2009) Management Tools and Trends 2009. Bain & Company.
8. Корпоративный менеджмент. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/controlling/benchmarking_meths.shtml.
9. Stapenhurst T. (2009) The Benchmarking Book: Best Practice for Quality Managers and Practitioners. Butterworth-Heinemann.
10. G. Anand – Rambabu Kodali (2008) "Benchmarking the benchmarking models" in Benchmarking: An International Journal, Vol. 15 No. 3, 2008, pp. 257-291.
11. Richman T. – Koontz, C. (1993) "How benchmarking can improve business reengineering" in Planning Review, Vol. 21 No. 6, pp. 26-55.

ДЯДЮК М. А., КЛЕЙМЕНОВА В. В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПОЛНОТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Определен аналитический инструментарий исследования полноты использования ресурсного потенциала предприятий торговли. Выполнена экономическая оценка полноты использования ресурсного потенциала предприятий торговли с применением технологии

конкурентного бенчмаркінга. Установлена конкурентна позиція кожного підприємства в своїй конкурентній групі.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, локальные потенциалы, розничная торговля, бенчмаркинг, конкуренция.

DIADIUK M. A., KLEIMONOVA V. V. ECONOMIC EVALUATION OF THE COMPLETENESS OF USING RESOURCE POTENTIAL OF TRADE ENTERPRISES

Analytical toolkit for the research of the completeness of using resource potential of trade enterprises is specified. Economic evaluation of the completeness of using resource potential of trade enterprises with the use of the technology of competitive benchmarking is fulfilled. Competitive position of each enterprise in its competitive group is determined.

Keywords: resource potential, local potentials, retail trade, benchmarking, competition.