

## РОЗДІЛ II

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.1.003.13

Безпарточний Максим Григорович,  
к.е.н., доц., доцент кафедри економіки підприємства,  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ГОСПОДАРЮВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

*Мета статті:* здійснити дослідження формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України за допомогою моніторингу ринкових показників; запропонувати модель та механізми забезпечення ефективного формування конкурентного середовища. *Методика дослідження:* використано економіко-статистичні і графічні методи при оцінці показників господарської діяльності торговельних підприємств; методом узагальнення визначено ключові чинники формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України. *Результати:* з метою формування конкурентного середовища господарювання досліджено динаміку кількості торговельних підприємств в Україні, проведено оцінку обсягів гуртового та роздрібного товарообігу, визначено темпи зміни платоспроможного попиту споживачів та індекс споживчих цін, здійснено аналіз структури товарообігу та визначено питому вагу імпорту продукції, досліджено темп зростання курсу валютного курсу. Встановлено, що на формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України здійснює вплив ринкова інфраструктура та державне регулювання. Ринкова інфраструктура сприяє ефективному здійсненню торговельного процесу, якісному обслуговуванню та задоволенню потреб споживачів. Державне регулювання спрямовано на створення сприятливих умов щодо ефективного здійснення та розвитку господарської діяльності торговельних підприємств, дотримання антимонопольного законодавства, нормативно-законодавчих актів щодо ліцензування, сертифікації продукції, захисту прав споживачів. Акцентовано увагу на територіальній ознаці споживчого ринку, що за соціально-економічними та іншими показниками впливає на формування конкурентного середовища споживчого ринку. *Наукова новизна:* запропоновано модель конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України та механізми забезпечення ефективності. *Практична значущість:* використання результатів дослідження сприятиме ефективності функціонування та розвитку торговельних підприємств, інших суб'єктів інфраструктури споживчого ринку України, а також дозволить здійснювати моніторинг чинників впливу на формування конкурентного середовища, удосконалити окремі аспекти чинного законодавства щодо розвитку внутрішньої торгівлі.

**Ключові слова:** торговельні підприємства, конкурентне середовище, споживчий ринок, інфраструктура, державне регулювання, споживач, платоспроможний попит.

### ВСТУП

Суб'єкти господарювання здійснюють власну діяльність на споживчому ринку, взаємодіючи між собою щодо купівлі-продажу продукції, надання послуг, задоволення потреб споживачів. Середовище господарювання споживчого ринку має формувати належні умови і забезпечити ефективне

функціонування та подальший розвиток суб'єктів господарювання через відповідні механізми конкуренції та державне регулювання. Серед суб'єктів господарювання, що функціонують на споживчому ринку України, вагоме місце займають торговельні підприємства, які є посередниками між виробниками та споживачами, а також покликані задовольняти

потреби останніх у відповідних товарах і послугах.

У зв'язку із перманентним коливанням кон'юнктури споживчого ринку та нестабільністю господарювання торговельних підприємств, що супроводжується негативним впливом економічного стану країни, зниженням життєвого рівня населення, неефективним використанням ресурсного потенціалу суб'єктами господарювання тощо забезпечити конкурентоспроможність та стабільність функціонування елементів ринкового середовища досить складно.

**Постановка проблеми.** З метою дослідження конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств необхідним є здійснення моніторингу макроекономічних показників, ринкових індикаторів споживчого ринку та торговельної сфери, чинників забезпечення ефективного функціонування суб'єктів інфраструктури. За результатами досліджень необхідно запропонувати організаційно-економічні механізми формування сприятливого конкурентного середовища та забезпечення ефективних умов здійснення господарської діяльності суб'єктів споживчого ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В економічній літературі існують публікації, які присвячені дослідженню проблем забезпечення формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку, серед них чільне місце посідають роботи В. Горохова [1], І. Грищенко [2], Л. Дідківської [3], Т. Дяченко [4], О. Кавуна [5], А. Ковальова [6], І. Лазебної [7], М. Очеретної [8], Ю. Слободчикова [11], Т. Фугало [12], І. Червиць [13] тощо. На наш погляд, з наукової точки зору залишаються малодослідженими проблеми щодо побудови ефективної моделі формування конкурентного середовища та обґрунтування механізмів забезпечення ефективного функціонування споживчого ринку України.

**Мета статті (постановка завдання).** Головною

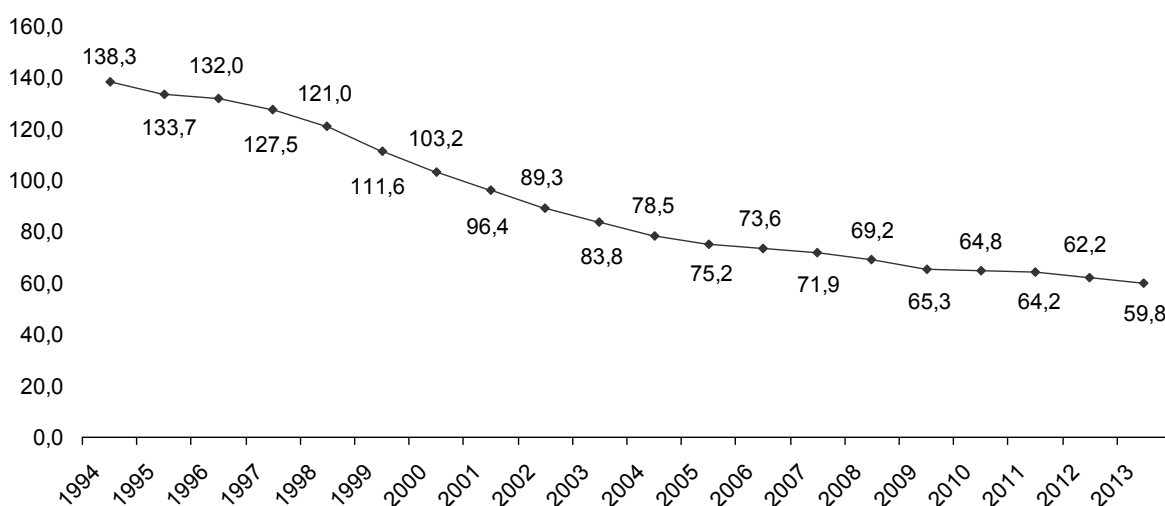


Рис. 1. Кількість торговельних підприємств в Україні, 1994-2013 рр., тис. од. [9]

На формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України здійснюють активний вплив ринкові елементи: попит, пропозиція, ціна.

метою роботи є характеристика конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України з використанням методичного інструментарію оцінювання ринкових показників та обґрунтування напрямів забезпечення ефективності функціонування суб'єктів торговельної сфери.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Конкурентне середовище господарювання торговельних підприємств формується за рахунок низки чинників та економічно активних суб'єктів, які забезпечують ефективне функціонування елементів споживчого ринку та здійснення господарських процесів. Відповідно, у залежності від різних ознак та стану споживчого ринку, формується конкурентне середовище господарювання торговельних підприємств. Розглянемо такі ознаки та визначимо чинники, які формують конкурентне середовище споживчого ринку України та забезпечують ефективне функціонування торговельних підприємств на ньому.

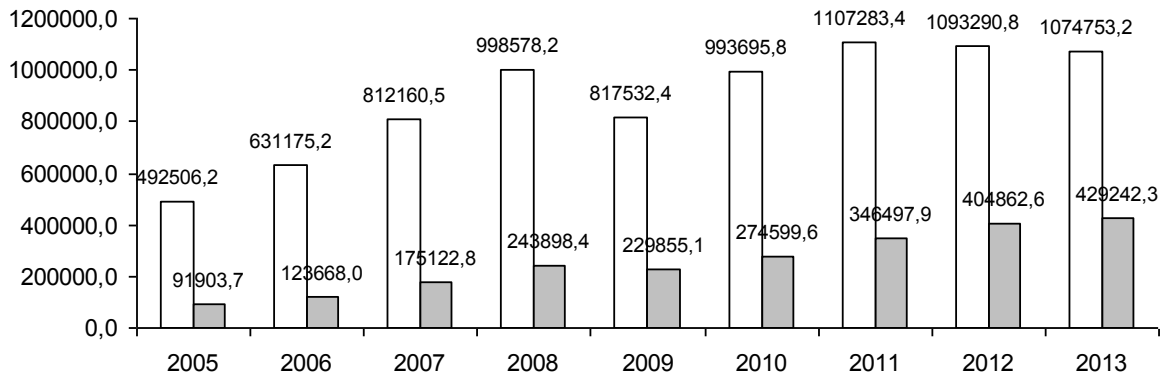
Рівень конкуренції на споживчому ринку визначається кількістю суб'єктів господарювання, які функціонують на ньому. На споживчому ринку України присутні виробники продукції, торговельні підприємства (національні та іноземні) та суб'єкти інфраструктури. Необхідно зазначити, що середовище функціонування суб'єктів господарювання відзначається високою конкуренцією як з боку національних торговельних підприємств, так і провідних міжнародних торгових мереж. Кількість торговельних підприємств в Україні представлена на рис. 1.

Як свідчать дані рис. 1, динаміка кількості торговельних підприємств, які функціонують на споживчому ринку України має тенденцію до зменшення. У 2013 р. їх кількість становила 59,8 тис. од.

Необхідно зазначити, що місткість споживчого ринку, у більшості випадків, визначається обсягом діяльності торговельних підприємств.

На рис. 2. представлені дані щодо обсягів

гуртового і роздрібного товарообігу торговельних підприємств України.

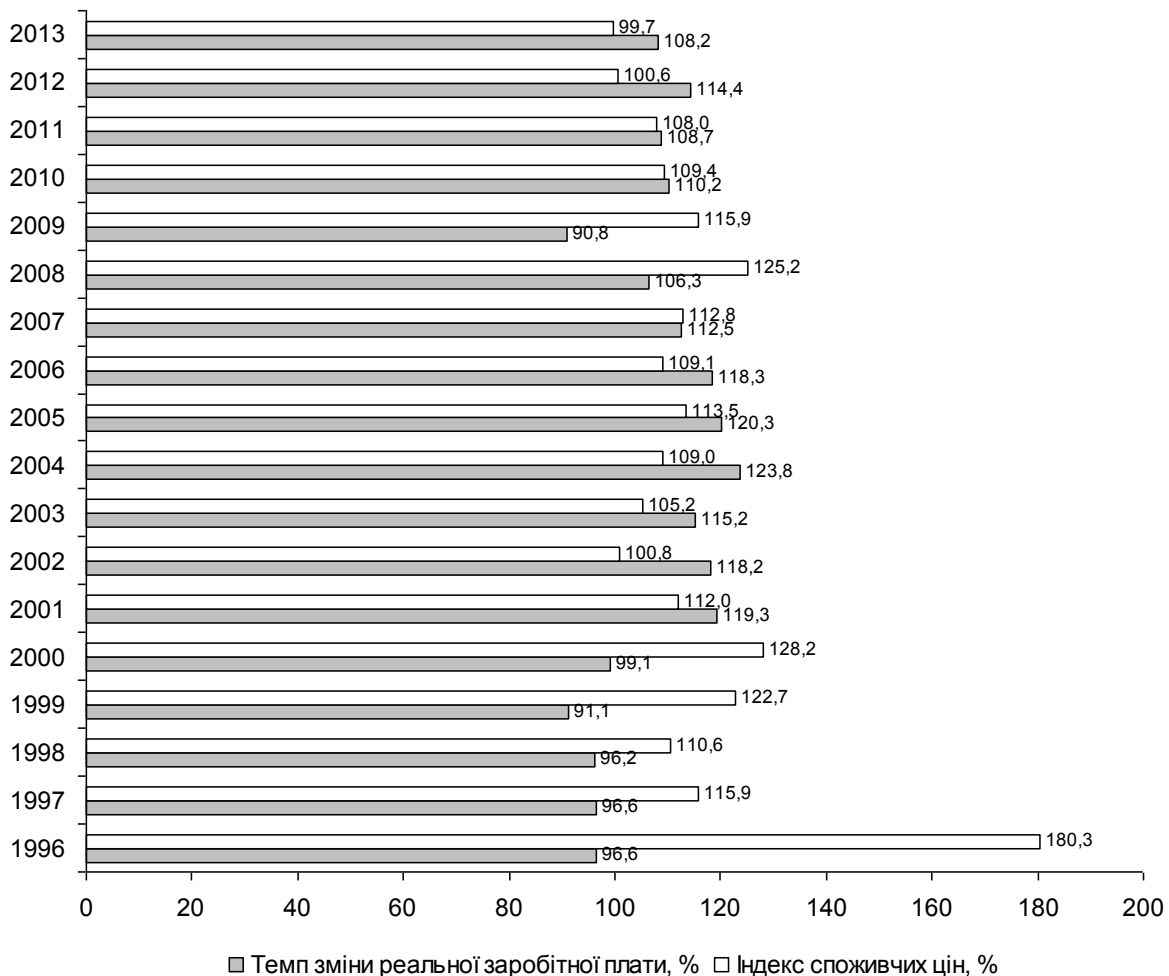


□ Гуртовий товарообіг, млн. грн. ■ Роздрібний товарообіг, млн. грн.

**Рис. 2. Динаміка гуртового і роздрібного товарообігу торговельних підприємств України, 2005-2013 рр. [9]**

Дані рис. 2 свідчать, що у 2013 р. обсяги гуртового і роздрібного товарообігу торговельних підприємств України зросли відповідно у 2,2 рази та 4,7 рази порівняно із 2005 р., а відносно 2012 р. гуртовий товарообіг зменшився на 1,7%, а роздрібний товарообіг збільшився на 6%. Найбільше зростання

обсягів діяльності торговельних підприємств відбулося у 2007 р. порівняно із 2006 р., а найменше – у 2009 р. порівняно із 2008 р. Зміни в обсягах діяльності торговельних підприємств зумовили коливання кон'юнктури споживчого ринку України та конкурентного середовища.



□ Темп зміни реальної заробітної плати, % □ Індекс споживчих цін, %

**Рис. 3. Динаміка темпу зміни реальної заробітної плати та індексу споживчих цін в Україні, 1996-2013 рр. [9]**

Важливе місце при формуванні конкурентного середовища займають такі чинники, як споживчий попит та рівень цін на товари. Необхідно також

зазначити, що при дослідженні місткості товарного ринку, зокрема обсягів діяльності торговельних підприємств, доцільно визначити показники гуртового

та роздрібного товарообігу торговельних підприємств з урахуванням індексу споживчих цін на товари, оскільки саме він дозволяє визначити динаміку зміни показників у фізичній масі. Показники платоспроможного попиту (температура зміни реальної заробітної плати) та індекс цін на товари в Україні представлені на рис. 3.

Виходячи із наведених на рис. 3 даних, протягом досліджуваного періоду спостерігається наступна тенденція: з 1996 р. до 2001 р. рівень платоспроможного попиту споживачів знижувався, а ціни зростали; з 2001 р. до 2007 р. платоспроможний попит зростав більшими темпами, ніж ціни на товари; у 2009 р. порівняно із 2008 р. рівень платоспроможного попиту знизився, а ціни зросли; у

2013 р. порівняно із 2012 р. платоспроможний попит зріс, а ціни знизилися. Такі тенденції зумовлювали зміну конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України, що відобразалося на обсягах товарообігу, витратах та прибутках.

На нашу думку, на формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств впливає товарна структура товарообігу, оскільки, відповідно до потреб споживача, визначається пропозиція продукції на споживчому ринку України. Питома вага продукції продовольчої та непродовольчої групи товарів у структурі гуртового і роздрібного товарообігу торговельних підприємств України представлена у таблиці 1.

Таблиця 1

**Структура гуртового і роздрібного товарообігу торговельних підприємств України, 2005-2013 рр. [9]**

Роки:	Гуртовий товарообіг:		Роздрібний товарообіг:	
	частка продовольчої групи товарів, %	частка непродовольчої групи товарів, %	частка продовольчої групи товарів, %	частка непродовольчої групи товарів, %
2005	16,1	83,9	41,6	58,4
2006	16,4	83,6	38,2	61,8
2007	16,2	83,8	35,3	64,7
2008	15,5	84,5	34,4	65,6
2009	20,6	79,4	40,0	60,0
2010	19,5	80,5	39,5	60,5
2011	17,6	82,4	38,9	61,1
2012	19,7	80,3	40,2	59,8
2013	18,6	81,4	41,1	58,9

Як свідчать дані таблиці 1, протягом досліджуваного періоду спостерігається перевищення частки непродовольчої групи товарів над продовольчою, як у структурі гуртового, так і роздрібного товарообігу. За 2012-2013 рр. у структурі гуртового товарообігу має місце зниження питомої ваги продовольчої групи товарів та зростання непродовольчої; протилежна тенденція спостерігається у структурі роздрібного товарообігу.

Враховуючи товарну пропозицію торговельних підприємств, необхідно відзначити, що як у структурі гуртового, так і роздрібного товарообігу, а також продовольчій і непродовольчій групі товарів має місце імпортна продукція, причому більша частка переважає у непродовольчій групі товарів (рис. 4).

Дані рис. 4 свідчать, що протягом досліджуваного періоду зросла частка імпортової продукції продовольчої групи товарів з 9,1 % у 2005 р. до 14,5 % у 2013 р. та непродовольчої групи товарів з 42,4 % до 61,0 % за аналогічний період.

Крім того, за нашим переконанням, значний вплив на пропозицію імпортованих товарів здійснив валютний курс, який з 2005 р. до 2014 р. зріс у 3,1 рази [10].

На забезпечення товарної пропозиції споживчого ринку України значний вплив здійснює система маркетингу торговельних підприємств. При формуванні конкурентного середовища господарювання система маркетингу сприяє забезпеченню стабільних обсягів збуту продукції,

реалізації політики гнучкого ціноутворення, здійсненню сегментування, налагодження комунікаційних зв'язків із елементами споживчого ринку тощо.

Важливим елементом споживчого ринку є його інфраструктура, яка здійснює безпосередній вплив на формування конкурентного середовища і представлена різними суб'єктами господарювання, які функціонують у тісному взаємозв'язку із торговельними підприємствами та забезпечують необхідними видами ресурсів, сприяють організації торговельного процесу та якісному обслуговуванню споживачів.

Формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України регулюється відповідними нормативно-законодавчими документами, які спрямовані на організацію торгівлі, отримання ліцензій, сертифікацію продукції, захист прав споживачів, формування цін, дотримання антимонопольного законодавства тощо.

При формуванні конкурентного середовища необхідно акцентувати увагу на територіальну ознаку, яка характеризує споживчий ринок з огляду на загальний (національний або внутрішній) та локальний (обласний або регіональний). На наш погляд, це має важливе значення, оскільки споживчий ринок може розглядатися на рівні окремої області України, яка може відрізнятися від інших за соціально-економічними показниками, наявністю відповідних

ресурсів, можливостей щодо розвитку та використання специфічних умов (наближеність до кордонів інших країн, що сприяє розвитку торгівлі або використання спеціальних митних режимів тощо), кількості суб'єктів

господарювання та ін. Відповідно, за територіальною ознакою буде відрізнятися рівень конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств.

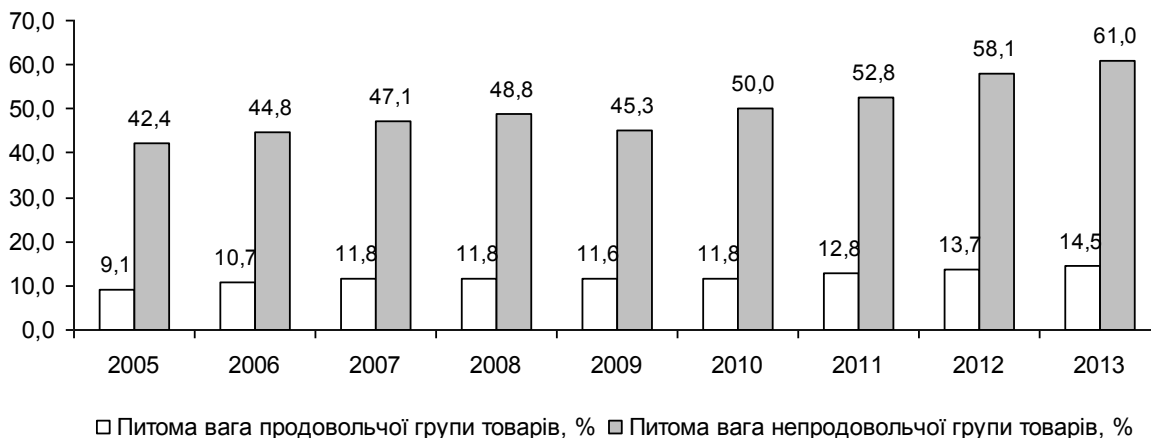


Рис. 4. Питома вага імпоротної продукції продовольчої і непродовольчої груп товарів, що були реалізовані торговельними підприємствами України, 2005-2013 рр. [9]

Проведені нами дослідження, дозволили сформулювати модель конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на

споживчому ринку України, яка представлена на рис. 5.



Рис. 5. Модель конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України [запропоновано автором]

Інформація рис. 5 свідчить, що пропонується модель конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України характеризується наявністю суб'єктів діяльності (виробників та посередників); споживачів, які задовольняють власні потреби у продукції за відповідним рівнем платоспроможного попиту; попиту, пропозиції і ціни, які склалися на споживчому ринку; інфраструктури споживчого ринку, суб'єкти якої сприяють ефективному функціонуванню та

розвитку торговельних підприємств; системи державного регулювання суб'єктів господарювання.

З метою забезпечення ефективного формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України нами запропоновано наступні механізми: економічні – проявляються у ринкових важелях спроможності задоволення попиту суб'єктами господарювання та оптимального формування товарних ресурсів за відповідною системою

ціноутворення; соціальні – характеризуються сегментацією споживачів за їх рівнем платоспроможного попиту та можливістю його підвищення; фінансові – обумовлені наявністю достатнього рівня капіталу торговельних підприємств та суб'єктів інфраструктури споживчого ринку, а також можливістю залучення зовнішніх фінансових ресурсів; інституційні – проявляються у створенні належних умов здійснення ефективної господарської діяльності на споживчому ринку та розробки програм розвитку внутрішньої торгівлі відповідними органами державного управління тощо.

У разі реалізації запропонованих механізмів може бути забезпечено ефективне функціонування торговельних підприємств та інших господарюючих суб'єктів на споживчому ринку України та покращення умов конкурентного середовища.

### **ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України досягається шляхом

ефективної взаємодії ринкових чинників та можливостей господарюючих суб'єктів, що спрямовано на задоволення потреб споживачів. Проведені дослідження показали, що на формування конкурентного середовища споживчого ринку впливає попит, пропозиція та ціни, кількість господарюючих суб'єктів та інфраструктура, товарна структура продукції, обсяг імпорту, система маркетингу та державне регулювання. Запропонована модель конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України дозволила визначити місце кожного елементу та встановити зв'язки між ними щодо забезпечення ефективності функціонування кожного з них та задоволення потреб споживачів. З метою забезпечення ефективного формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України запропоновано економічні, соціальні, фінансові та інституційні механізми, реалізація яких сприятиме розвитку господарюючих суб'єктів. Перспективами подальших наукових розвідок у даному напрямі є обґрунтування стратегій розвитку торговельних підприємств на споживчому ринку України.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Горохова В. С. Формування конкурентного середовища в економіці України / В. С. Горохова // Держава та регіони. – 2010. – № 1. – С. 81-90.
2. Грищенко І. Формування конкурентного середовища на ринку послуг України / І. Грищенко // Підприємництво, господарство і право. – 2007. – № 5. – С. 163-167.
3. Дідківська Л. Сучасний розвиток конкурентного середовища ринку споживчих товарів України / Л. Дідківська // Банківська справа. – 2009. – № 2. – С. 48-67.
4. Дяченко Т. А. Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку / Т. А. Дяченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 203-208.
5. Кавун О. О. Організаційні засади формування підприємницьких об'єднань у конкурентному середовищі роздрібної торгівлі / О. О. Кавун // Актуальні Проблеми Економіки. – 2011. – № 6. – С. 101-106.
6. Ковальов А. І. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні: монографія / А. І. Ковальов. – Одеса: Атлант, 2010. – 266 с.
7. Лазебна І. Формування конкурентного середовища у роздрібній торгівлі / І. Лазебна // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. – № 2. – С. 26-37.
8. Очеретна М. Оцінка стану конкурентного середовища в Україні за даними міжнародних рейтингів / М. Очеретна // Журнал європейської економіки. – 2013. – № 4. – С. 484-506.
9. Офіційний сайт Державного Комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
11. Слободчикова Ю. В. Теоретичні аспекти формування конкурентного середовища / Ю. В. Слободчикова // Держава та регіони. – 2009. – № 6. – С. 200-204.
12. Футало Т. В. Регіональний аспект територіальної оцінки інтенсивності конкурентного середовища у роздрібній торгівлі / Т. В. Футало // Регіональна економіка. – 2009. – № 2. – С. 206-213.
13. Червиць І. Конкурентне середовище в економіці України: еволюція, чинники та сучасні тенденції / І. Червиць // Ринок цінних паперів України. – 2012. – № 12. – С. 27-33.

**Безпарточный Максим Григорьевич**

### **ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ**

*Цель статьи: исследовать формирования конкурентной среды хозяйствования торговых предприятий на потребительском рынке Украины с помощью мониторинга рыночных показателей; предложит модель и механизмы обеспечения эффективного формирования конкурентной среды. Методика исследования: использованы экономико-статистические и графические методы при оценке показателей хозяйственной деятельности торговых предприятий; методом обобщения определены ключевые факторы формирования*

конкурентной среды хозяйствования торговых предприятий на потребительском рынке Украины. Результаты: с целью формирования конкурентной среды хозяйствования исследована динамика количества торговых предприятий в Украине, проведена оценка объемов оптового и розничного товарооборота, определены темпы изменения платежеспособного спроса потребителей и индекс потребительских цен, осуществлен анализ структуры товарооборота и определен удельный вес импорта продукции, исследован темп роста курса валютного курса. Установлено, что на формирование конкурентной среды хозяйствования торговых предприятий на потребительском рынке Украины оказывает влияние рыночная инфраструктура и государственное регулирование. Рыночная инфраструктура способствует эффективному осуществлению торгового процесса, качественному обслуживанию и удовлетворению потребностей потребителей. Государственное регулирование направлено на создание благоприятных условий для эффективного осуществления и развития хозяйственной деятельности торговых предприятий, соблюдения антимонопольного законодательства, нормативно-законодательных актов по лицензированию, сертификации продукции, защиты прав потребителей. Акцентировано внимание на территориальный признак потребительского рынка, который по социально-экономическим и другим показателям влияет на формирование конкурентной среды потребительского рынка. Научная новизна: предложена модель конкурентной среды хозяйствования торговых предприятий на потребительском рынке Украины и механизмы обеспечения эффективности. Практическая значимость: использование результатов исследования будет способствовать эффективному функционированию и развитию торговых предприятий, других субъектов инфраструктуры потребительского рынка Украины, а также позволит осуществлять мониторинг факторов влияния на формирование конкурентной среды, усовершенствовать отдельные аспекты действующего законодательства по развитию внутренней торговли.

**Ключевые слова:** торговые предприятия, конкурентная среда, потребительский рынок, инфраструктура, государственное регулирование, потребитель, платежеспособный спрос.

**Bezpartochnyi M.**

#### **THE FORMATION OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF TRADE ENTERPRISES ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONSUMER MARKET OF UKRAINE**

*The aim of the article is to explore the formation of the competitive environment of trade enterprises economic activity in the consumer market of Ukraine by monitoring market performance; to suggest models and mechanisms to ensure the effective formation of competitive environment. The methods of research: economic, statistical and graphical methods have been used in the evaluation of indicators of trade enterprises economic activities; key factors shaping the competitive environment of managing trade enterprises in the consumer market of Ukraine have been identified with the help of the method of generalization. Results: in order to create a competitive environment the dynamics of the number of trade enterprises in Ukraine has been studied, the volume of wholesale and retail turnover has been estimated, the rate of change in effective demand of consumers and the consumer price index have been determined, the trade structure has been analyzed and the proportion of imported products has been determined, the growth rate of the course of exchange rate has been investigated. It has been found that market infrastructure and government regulation affect the formation of the competitive environment of managing trade enterprises in the consumer market of Ukraine. Market infrastructure contributes to the effective implementation of the sales process, quality service and customer satisfaction. State regulation is aimed at creating favorable conditions for the effective implementation and development of the economic activity of trade enterprises, compliance with antitrust, regulatory and legislative acts on licensing, certification of products, consumer protection. Special attention has been paid to the territorial basis of the consumer market, which in social and economic and other factors affects the formation of the competitive environment of the consumer market. Scientific novelty: the model of the competitive environment for trade enterprises economic activity in the consumer market of Ukraine and the mechanisms to ensure its effectiveness have been suggested. Practical significance: the use of research results will contribute to the effective functioning and development of trade enterprises, other subjects of infrastructure of the consumer market in Ukraine, and will allow to monitor the factors influencing the formation of the competitive environment, to improve some aspects of current legislation on the development of national trade.*

**Keywords:** trade enterprises, competitive environment, consumer market, infrastructure, government regulation, consumer, effective demand.

Одержано 16.02.2015 р.