

3. Вагонова А. Г. Экономические проблемы поддержания мощности и инвестирования угольных шахт Украины : дис. ... д-ра экон. наук : спец. 08.07.01 / А. Г. Вагонова. - Днепропетровск, 2005. - 412 с.

4. Кабанов А. И. Управление научно-техническими организациями угольной промышленности Украины на отраслевом уровне в условиях их корпоратизации (приватизации) / А. И. Кабанов. - Донецк : ИЭП НАН Украины, 1999. - 68 с.

5. Логвиненко В. И. Проблемы развития производства угольной продукции в условиях государственного управления / В. И. Логвиненко // Старопромислові райони Західної та Східної Європи в умовах інтеграції. - Донецьк : ДонНУ, 2003. - С. 14-20.

6. Рассуждай Л. Н. Экономическая стратегия развития угольной отрасли: механизм формирования и реализации / Л. Н. Рассуждай. - Донецк : ИЭП НАН Украины, 2003. - 113 с.

7. Салли В. И. Экономические проблемы поддержания мощности малозффективных угольных шахт Украины / В. И. Салли, Б. Л. Райхель, В. Я. Швец. - Д. : ЧП Скляр, 2002. - 228 с.

8. Чистяк О. Ю. Формування організаційно-економічного механізму збалансованого управління потоками товарної вугільної продукції / О. Ю. Чистяк // Проблеми підвищення ефективності функціонування (ІЭП НАН України). - 2009. - № 5.

9. Чистяк О. Ю. Особливості та проблеми формування організаційно-економічного механізму управління потоками товарної вугільної продукції / О. Ю. Чистяк // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2010. - № 38. - С. 383-389.

10. Трифонова О. В. Аналіз сучасного стану та схем формування товарної продукції на вугільному ринку України / О. В. Трифонова, О. Ю. Чистяк // Економіка: проблеми теорії та практики. - 2009. - № 256: - Т. V. - С. 1088-1098.

11. Статистичні, аналітичні матеріали // Портал Міністерства вугільної промисловості України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.mvp.gov.ua/mvp/control/uk/publish>.

12. Бабицкий А. Ф. Социал. Законы и теория экономических процессов настоящего и будущего : [монография] / А. Ф. Бабицкий. - К. : МАУП, 2005. - 496 с.

13. Бараз В. Р. Корреляционно-регрессионный анализ связи показателей коммерческой деятельности с использованием программы Excel / В. Р. Бараз. - Екатеринбург : ГОУ ВПО "УГТУ-УПИ", 2005. - 102 с.

14. Алесинская Т. В. Учебно-методическое пособие по курсу "Экономико-математические методы и модели. Линейное программирование" / Т. В. Алесинская, В. Д. Сербин, А. В. Катаев. - Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2001. - 79 с.

**О. Tryfonova, O. Chystyak**

## **MANAGEMENT BY STREAMS OF A COMMODITY OUTPUT OF THE COAL ENTERPRISES**

In article procedure of research of optimizing model of industrial-trading balance of the coal-mining enterprise and its criterion function and restrictions on time, spatial parameters, and also parameters of a stream of coal which depend on a condition of economic development of the enterprise are analysed.

**Key words:** commodity coal production, industrial-trading balance of the enterprise, model.

© О. Трифонова, О. Чистяк  
Надійшла до редакції 25.08.2010

УДК 658.87.009.12

# **МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ В УМОВАХ ЦИКЛІЧНОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**МАРИНА ЧОРНА,**

кандидат економічних наук, докторант кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі

**Обґрунтовано систему оцінки конкуренції підприємств роздрібної торгівлі, яка базується на врахуванні галузевої специфіки та циклічності економічних процесів і дозволяє визначити наявність, типи та види конкуренції підприємств ритейлу на споживчому ринку на окремих етапах економічного циклу.**

**Ключові слова:** система оцінки, економічний цикл, підприємства роздрібної торгівлі, конкуренція, конкурентоспроможність.

**Постановка проблеми та огляд й аналіз публікацій, у яких започатковано її вирішення.** Конкурентоспроможність підприємств окремої галузі значною мірою обумовлюється особливостями конкуренції

саме в цій сфері економічної діяльності. Пріоритетною проблемою, з якою стикаються підприємства ритейлу в процесі управління своєю конкурентоспроможністю є значний динамізм та непередбачуваність зов-

**№ 5 (105) вересень 2010 р.**

нішнього середовища. Від того, наскільки оперативним, гнучким та креативним є процес управління конкурентоспроможністю, залежить успіх підприємства, особливо в умовах кризи. Для випередження конкурентів та успішного розвитку на споживчому ринку необхідно спрогнозувати та створити саме такі конкурентні переваги, які є найбільш ефективними в конкретних умовах впливу несприятливих чинників зовнішнього середовища, а також забезпечити їх набуття та утримання протягом тривалого часу завдяки підвищенню рівня внутрішньої ефективності. Вирішенням цієї проблеми займалися багато відомих науковців - О. Шубін, А. Садеков, Л. Лігоненко, Г. Богославець, Л. Дідківська та ін. [1-5]. Попри плідні зусилля вітчизняних учених, деякі питання потребують подальшого дослідження, у тому числі питання врахування циклічності економічних процесів під час оцінки конкуренції на споживчому ринку та формуванні ефективної системи управління конкурентоспроможністю.

Важливість зазначеної проблематики для сучасної теорії та практики розвитку підприємств роздрібною торгівлі та її нерозробленість обумовлюють актуальність теми дослідження.

**Метою** статі є ознайомлення наукової спільноти з авторською розробкою комплексної методики оцінки конкурентоспроможності підприємств ритейлу в умовах циклічності розвитку національної економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Проблема циклічності розвитку економіки займалися багато відомих фахівців. Так, ще М. Кондратьєв установив чотири важливі емпіричні закономірності в розвитку великих економічних циклів:

1. Протягом двох десятиліть перед початком позитивної (підвищувальної) хвилі великого циклу відбувається похваллення у сфері винаходів, а на самому початку хвилі спостерігається їх широке застосування, пов'язане з реорганізацією виробничих відносин. Початок великих циклів збігається з розширенням світових економічних зв'язків.

2. Періоди підвищувальних хвиль великих циклів, як правило, багатші значними соціальними потрясіннями та переворотами в житті суспільства (революції, війни), ніж періоди понижувальних хвиль.

3. Понижувальні (негативні) хвилі циклів супроводжуються тривалою депресією сільського господарства.

4. Великі цикли економічної кон'юнктури виявляються в тому ж процесі динаміки розвитку, у якому проявляються середні цикли з їх фазами підйому, кризи та депресії, тому середні цикли немовби нанизуються на хвилі великих циклів. Характер фази великого циклу, на яку припадають певні середні цикли, відбивається на їх процесах. Якщо середні цикли припадають на понижувальний період великого циклу, то всі підвищувальні тенденції елементів середніх циклів послаблюються, а всі понижувальні тенденції - посилюються. І навпаки [6, с. 376-379]. Згідно з теорією довгих хвиль кон'юнктури (К-циклів) на сьогодні виділено п'ять основних довгих циклів: 1 цикл - з 1779 до 1841-43 рр.; 2 цикл - з 1844-51 до 1890-96 рр.; 3 цикл - з 1891-96 до 1929-33 рр.; 4 цикл - з 1929-33 р. до 1973-75 рр.; 5 цикл - з 1973-75 до (прогноз) 2010-15 рр. Тобто сучасна економіка знаходиться на етапі понижувальної хвилі К-циклу.

У результаті аналізу динаміки основних макроекономічних показників за період з 1991 до 2009 р. за даними Держкомстату України [7] виявлено та конкретизовано етапи розвитку економіки України. Для чіткого визначення їх меж на рис. 1 наведено графіки трьох основних показників - темпи зміни реального ВВП, обсягу інвестицій в основний капітал та реальних доходів населення по відношенню до рівня 1991 року, за

якими чітко простежується повний цикл, який складається із чотирьох фаз (етапів): I депресія - з 1996 р. до 1999 р.; II похваллення - з 2000 р. до 2003 р.; III піднесення - з 2004 р. до 2007 р.-першої половини 2008 р.; IV криза - з другої половини 2008 р. дотепер.

Підкреслимо, що визначений цикл припадає на понижувальну хвилю великого К-циклу, а це обумовлює певні особливості, які необхідно враховувати під час створення системи управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі. Тому доцільно визначити специфіку розвитку підприємств роздрібною торгівлі, які обумовлюють особливості конкуренції, конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємств ритейлу за усіма визначеними етапами.

За результатами аналізу опублікованих робіт закордонних та вітчизняних науковців - фахівців у галузі ритейлу [1-3] та власних розробок [4; 5] узагальнено галузеві особливості підприємств роздрібною торгівлі: спрямованість на забезпечення задоволення потреб споживачів у товарах та послугах для особистого споживання; порівняно низька фондомісткість торговельно-технологічного процесу внаслідок обмеженого переліку номенклатурних позицій необоротних активів, а також їх вартості (крім мережних підприємств); значна швидкість обороту капіталу при порівняно невеликій рентабельності та короткій термін окупності вкладеного капіталу; високий динамізм здійснення торговельної діяльності та його гнучкість; специфічна структура капіталу; наявність широкого асортименту та значна кількість постачальників у межах однієї асортиментної групи; розповсюдженість у всіх регіонах країни.

Виокремлені особливості впливають на специфіку конкуренції в сучасному вітчизняному ритейлі, яка полягає в:

1) *багатоаспектності конкуренції*, яка виходить із самих особливостей сучасного вітчизняного ритейлу: наявність підприємств роздрібною торгівлі (ПРТ) різних форматів обумовлює внутрішньоформатну та міжформатну конкуренцію; функціонування ПРТ на різних ринках (продовольчому та непродовольчому; регіональному, територіальному, локальному) сприяє різним проявам конкуренції тощо;

2) *одночасності конкуренції*, яка проявляється в об'єднанні зусиль ПРТ з підприємствами різних сфер для посилення позиції в конкурентній боротьбі - формується співробітництво з банківськими установами щодо кредитування покупок споживачів, виробничими підприємствами щодо виробництва товарів ВТМ, транспортними підприємствами щодо надання послуг із доставки споживачів та придбаних товарів до місця призначення та ін.;

3) *динамічності конкуренції*, що проявляється в досить швидкому переході від одного типу до іншого (монополія, олігополія, конкуренція).

Для формування ефективної системи оцінки внутрішньогалузевої конкуренції підприємств роздрібною торгівлі доцільно враховувати всі виокремлені напрямки.

*Загальний рівень* та особливості внутрішньогалузевої конкуренції пропонується визначати за такими групами показників: кількістю підприємств роздрібною торгівлі та їх динаміки; концентрацією, що дозволить виявити рівень та розвиток концентрації (укрупнення), що безпосередньо впливає на особливості конкуренції; забезпеченістю - обсягом товарообороту та торговельної площі в розрахунку на одну особу, у тому числі й динамічним, який дозволить визначити насиченість країни ПРТ та відповідно рівень і розвиток конкуренції (табл. 1). З метою полегшення ідентифікації отриманих показників результати доцільно представляти в частках одиниці.

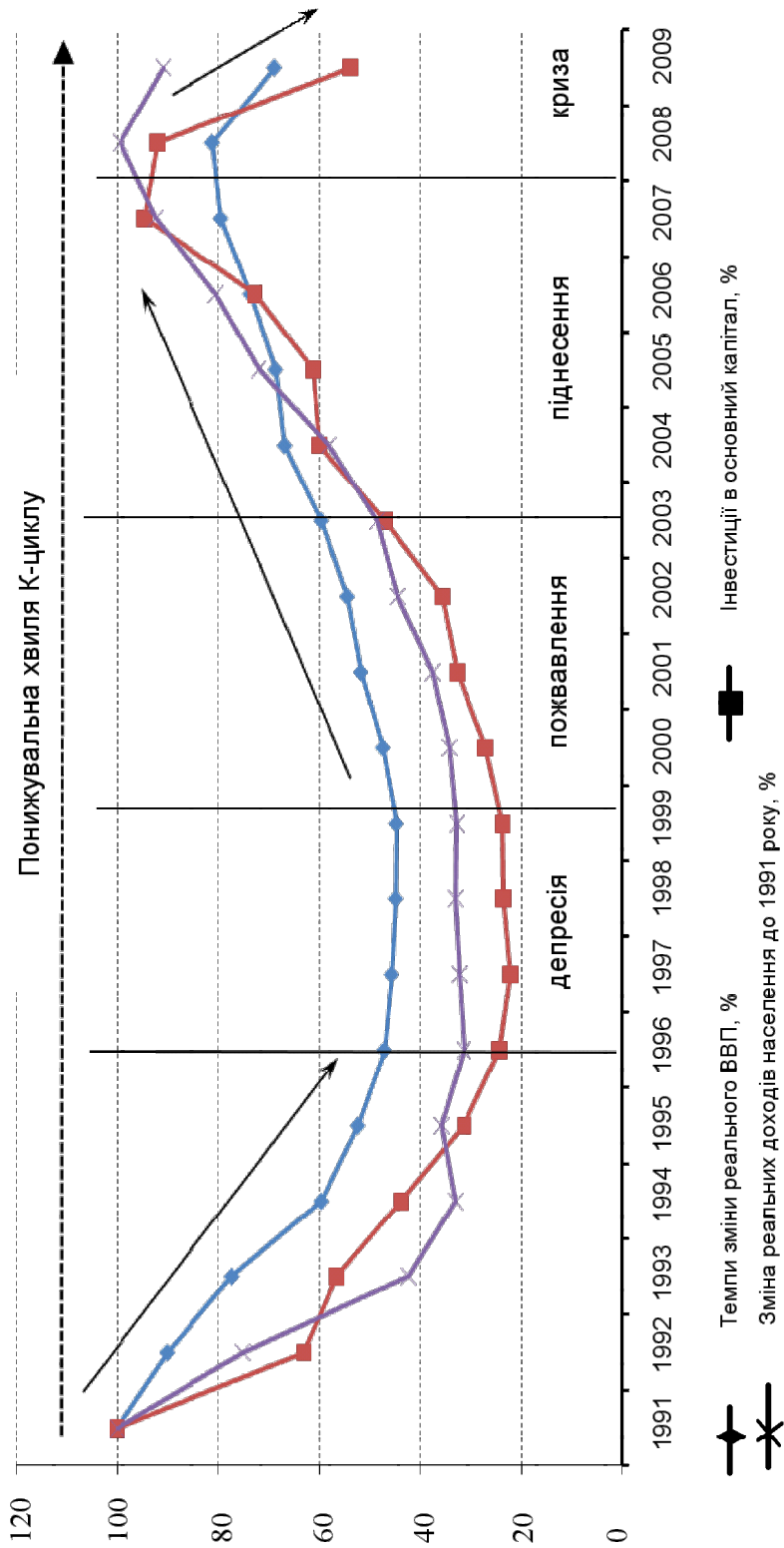


Рис. 1. Структуризація етапів циклів розвитку економіки України (порівнювані темпи динаміки розраховано автором за джерелом [7]).

Таблиця 1. - Узагальнення показників оцінки внутрішньогалузевої конкуренції ПРТ за напрямком "загальний рівень"

Назва показника	Формула розрахунку	Значення	Особливості конкуренції
<i>Показники кількості</i>			
Індекс кількості ПРТ	$IK_{ПРТ_i} = \frac{K_{ПРТ_i}}{K_{ПРТ_{i-1}}}$	$I > 1$	ненасичений ринок; низький рівень конкуренції; тенденція посилення
		$I = 1$	насичений ринок; значний рівень конкуренції; тенденція стабілізації
		$I < 1$	насичений ринок; високий рівень конкуренції; тенденція посилення
<i>Показники концентрації</i>			
Індекс питомого РТО	$ПРТО_i = \frac{ПРТО_i}{ПРТО_{i-1}}$	$I > 1$	ненасичений ринок; низький рівень конкуренції; тенденція посилення
		$I = 1$	насичений ринок; значний рівень конкуренції; тенденція стабілізації
		$I < 1$	насичений ринок; високий рівень конкуренції; тенденція посилення
Індекс питомої торговельної площі	$ПТП_i = \frac{ПТП_i}{ПТП_{i-1}}$	$I > 1$	посилення конкуренції; укрупнення ПРТ
		$I = 1$	значний рівень конкуренції; стабілізації розмірів ПРТ
		$I < 1$	високий рівень конкуренції; зменшення розмірів ПРТ
<i>Показники забезпеченості</i>			
Індекс РТО на 1 особу	$ПРТО_i \text{ на } 1 \text{ ос} = \frac{РТО_i \text{ на } 1 \text{ ос}}{РТО_{i-1} \text{ на } 1 \text{ ос}}$	$I > 1$	ненасичений ринок; низький рівень конкуренції; тенденція посилення
		$I = 1$	насичений ринок; значний рівень конкуренції; тенденція стабілізації
		$I < 1$	насичений ринок; високий рівень конкуренції; тенденція посилення
Забезпеченість торговельною площею	$ЗТП_i = \frac{ТП_{ПРТ_i}}{КН_i}$	нижчий від середнього рівня	ненасичений ринок; низький рівень конкуренції
		на середньому рівні	насичений ринок; значний рівень конкуренції;
		вищий від середнього рівня	насичений ринок; високий рівень конкуренції;
Індекс забезпеченості торговельною площею	$\frac{ЗТП_i}{ЗТП_{i-1}}$	$I > 1$	ненасичений ринок; низький рівень конкуренції; тенденція посилення
		$I = 1$	насичений ринок; значний рівень конкуренції; тенденція стабілізації
		$I < 1$	насичений ринок; високий рівень конкуренції; тенденція посилення

Умовні позначення:

$K_{ПРТ_i}$ ,  $K_{ПРТ_{i-1}}$  - кількість підприємств роздрібної торгівлі відповідно в  $i$ -му та  $(i-1)$ -му періодах, од.;  $ПРТО_i$ ,  $ПРТО_{i-1}$  - питомий роздрібний товарооборот (товарооборот у розрахунку на 1 підприємство роздрібної торгівлі) відповідно в  $i$ -му та  $(i-1)$ -му періодах, гр. од.;  $ПРТО_i$ ,  $ПРТО_{i-1}$  - питома торговельна площа (торговельна площа в розрахунку на 1 підприємство роздрібної торгівлі) відповідно в  $i$ -му та  $(i-1)$ -му періодах, кв. м;  $ПТО_i \text{ на } 1 \text{ особу}$ ,  $ПТО_{i-1} \text{ на } 1 \text{ особу}$  - роздрібний товарооборот на 1 особу відповідно в  $i$ -му та  $(i-1)$ -му періодах, гр. од./ос.;  $ЗТП_i$  - забезпеченість торговельною площею в  $i$ -му періоді, кв. м./ос.

Спрямованість на забезпечення задоволення кінцевих споживачів товарами та послугами, тобто конкуренція за обсяг платоспроможного попиту населення. У межах цього напрямку слід урахувати залежність попиту від рівня доходів та рівня споживчих цін, співвідношення яких значно відрізняється за окремими етапами циклу економічного розвитку національного господарства. Для цього пропонується ввести коефіцієнт співвідношення зміни реальних доходів населення та споживчих цін:

$$КСДЦ_i = \frac{IPD_i}{ICP_i}, \quad (1)$$

де  $КСДЦ_i$  - коефіцієнт співвідношення реальних доходів населення та споживчих цін в  $i$ -му періоді, од.;  $IPD_i$ ,  $ICP_i$  - відповідно індекси реальних доходів населення та споживчих цін в  $i$ -му періоді, %.

Розглянемо можливі варіанти значень запропонованого показника.

1.  $КСДЦ_i \rightarrow 0$  тобто  $КСДЦ \ll 1$ . Така ситуація характерна для періодів падіння купівельної спроможності та переміщення векторності конкуренції в бік цінової. Вона простежується в таких випадках:

- темпи зростання споживчих цін значно випереджають темпи зростання реальних доходів населення;
- споживчі ціни знижуються, проте значно повільніше, ніж падають реальні доходи населення;
- споживчі ціни зростають на фоні незмінності реальних доходів або їх зниження.

2.  $КСДЦ_i = 1$ . Розвиток обох показників має односторонню динаміку при аналогічних темпах зміни. Якщо реальні доходи при цьому знаходяться на достатньо високому рівні, а споживчі ціни є прийнятними, то відзначається наявність нецінової конкуренції. Проте в разі низького рівня реальних доходів пріоритетною стає цінова конкуренція; достатнього - наявна як цінова, так і нецінова конкуренція; високого - переважно нецінова конкуренція.

3.  $КСДЦ_i > 1$ . Така ситуація характерна для періодів зростання купівельної спроможності та переміщення векторності конкуренції в бік нецінової. Вона простежується коли:

- темпи зростання реальних доходів населення значно випереджають темпи зростання споживчих цін;
- споживчі ціни знижуються більш швидкими темпами, ніж реальні доходи населення;
- споживчі ціни залишаються незмінними на фоні зростання реальних доходів або їх зниження.

4.  $КСДЦ_i \gg 1$ . Ця ситуація є похідною від попередньої та характерна для періодів різкого підвищення купівельної спроможності населення та активного розвитку нецінової конкуренції.

Для однозначності інтерпретації результатів оцінки пропонується розглядати запропонований показник у взаємозв'язку з індексом фізичного обсягу товарообороту роздрібних підприємств. Із цією метою розроблено матрицю "зміна товарообороту-співвідношення реальних доходів та споживчих цін" (рис. 2).

$КСДЦ \backslash ITO_{PT}$	$ITO_{PT} \ll 1$	$ITO_{PT} = 1$	$ITO_{PT} > 1$
$КСДЦ \ll 1$	1 $ITO_{PT} \ll 1$ $КСДЦ \ll 1$	2 $ITO_{PT} = 1$ $КСДЦ \ll 1$	3 $ITO_{PT} > 1$ $КСДЦ \ll 1$
$КСДЦ = 1$	4 $ITO_{PT} \ll 1$ $КСДЦ = 1$	5 $ITO_{PT} = 1$ $КСДЦ = 1$	6 $ITO_{PT} > 1$ $КСДЦ = 1$
$КСДЦ > 1$	7 $ITO_{PT} \ll 1$ $КСДЦ = 1$	8 $ITO_{PT} = 1$ $КСДЦ = 1$	9 $ITO_{PT} > 1$ $КСДЦ = 1$

Рис. 2. Матриця "зміна товарообороту-співвідношення реальних доходів та споживчих цін".

**Квадрат 1.** Простежується посилення цінової конкуренції.

**Квадрат 2.** Простежується посилення конкуренції та спрямування її векторності в бік цінової.

**Квадрат 3.** Невисокий рівень конкуренції. Простежується посилення конкуренції та спрямування її векторності в бік нецінової проте роль цінової досить значна.

**Квадрат 4.** Характерне посилення цінової конкуренції.

**Квадрат 5.** Високий рівень конкуренції, посилення та пріоритетність нецінової конкуренції.

**Квадрат 6.** Невисокий рівень конкуренції, можлива наявність одночасно цінової та нецінової конкуренції.

**Квадрат 7.** Високий рівень конкуренції при посиленні нецінової.

**Квадрат 8.** Високий рівень та посилення конкуренції, пріоритетність нецінової конкуренції.

**Квадрат 9.** Невисокий рівень конкуренції, можлива наявність одночасно цінової та нецінової конкуренції.

За обсяги платоспроможного попиту конкурують підприємства роздрібної торгівлі в межах товарної структури "продовольчі та непродовольчі товари". Зі зростанням рівня доходів, насиченості попиту підвищується частка непродовольчих товарів у загальному обсязі реалізації, що характерно для підвищення загального рівня конкуренції та посилення нецінової конкуренції на споживчому ринку. Для оцінки конкуренції з такої позиції пропонується ввести індекс співвідношення частки непродовольчих та продовольчих то-

варів у загальному обсязі роздрібно товарообороту суб'єктів господарювання у сфері ритейлу.

$$KCHП_i = \frac{ЧНТ_i}{ЧПТ_i}, \quad (2)$$

де  $KCHП_i$  - коефіцієнт співвідношення непродовольчих та продовольчих товарів у загальному обсязі товарообороту підприємств роздрібно торгівлі в  $i$ -му періоді, од.;  $ЧНТ_i$ ,  $ЧПТ_i$  - відповідно частки непродовольчих та продовольчих товарів у загальному обсязі товарообороту підприємств роздрібно торгівлі в  $i$ -му періоді, %.

$$ICHП_i = \frac{KCHП_i}{KCHП_{i-1}}, \quad (3)$$

де  $ICHП_i$  - індекс співвідношення непродовольчих та продовольчих товарів у загальному обсязі товарообороту підприємств роздрібно торгівлі відповідно в  $i$ -му періоді, од.;  $KCHП_i$ ,  $KCHП_{i-1}$  - коефіцієнт співвідношення непродовольчих та продовольчих товарів у за-

гальному обсязі товарообороту підприємств роздрібно торгівлі відповідно в  $i$ -му та  $(i-1)$ -му періодах, од.  
Варіанти значень запропонованого показника такі:

1)  $ICHП_i = 1$ . Характерно для незмінного співвідношення часток непродовольчих та продовольчих товарів, що забезпечується стабільним їх рівнем протягом усього періоду дослідження;

2)  $ICHП_i > 1$ . Зростає частка непродовольчих товарів у загальному товарообороті підприємств роздрібно торгівлі;

3)  $ICHП_i < 1$ . Зростає частка продовольчих товарів у загальному товарообороті підприємств роздрібно торгівлі.

Запропонований показник необхідно розглядати у взаємозв'язку з індексом фізичного обсягу товарообороту роздрібних підприємств. Це обумовлює застосування матричного підходу, на базі якого розроблено матрицю "зміна товарообороту-зміна товарної структури товарообороту" (рис. 3).

$ICHП$	$ITO_{PT} << 1$	$ITO_{PT} = 1$	$ITO_{PT} > 1$
$ICHП < 1$	1 $ITO_{PT} << 1$ $ICHП < 1$	2 $ITO_{PT} = 1$ $ICHП < 1$	3 $ITO_{PT} > 1$ $ICHП < 1$
$ICHП = 1$	4 $ITO_{PT} << 1$ $ICHП = 1$	5 $ITO_{PT} = 1$ $ICHП = 1$	6 $ITO_{PT} > 1$ $ICHП = 1$
$ICHП > 1$	7 $ITO_{PT} << 1$ $ICHП > 1$	8 $ITO_{PT} = 1$ $ICHП > 1$	9 $ITO_{PT} > 1$ $ICHП > 1$

Рис. 3. Матриця "зміна товарообороту-зміна товарної структури товарообороту".

**Квадрат 1.** Дуже високий загальний рівень конкуренції при посиленні цінової конкуренції. Загострення міжтоварної конкуренції в бік пріоритетності продовольчих товарів.

**Квадрат 2.** Високий рівень та посилення міжтоварної конкуренції в бік пріоритетності продовольчих товарів.

**Квадрат 3.** Невисокий загальний рівень конкуренції. Пріоритетність продовольчих товарів.

**Квадрат 4.** Посилення міжтоварної конкуренції на ціновій основі.

**Квадрат 5.** Посилення міжтоварної конкуренції за пріоритетність якісних складових.

**Квадрат 6.** Ненасичений попит та невисокий рівень міжтоварної конкуренції.

**Квадрат 7.** Посилення як міжтоварної, так і внутрішньотоварної конкуренції при пріоритетності нецінової.

**Квадрат 8.** Платоспроможний попит насичений. Посилення міжтоварної конкуренції в бік пріоритетності непродовольчих товарів та якісних складових.

**Квадрат 9.** Невисокий рівень конкуренції, проте непродовольчі товари мають пріоритетну позицію в міжтоварній конкурентній боротьбі.

**Міжформатна конкуренція,** для визначення наявності та рівня якої необхідно застосовувати показники розвитку підприємств роздрібно торгівлі окремих форматів, виражається за формулою:

$$ЧП_{ni} = \frac{K_{ПРТni}}{K_{ПРТi}} \times 100 \%, \quad (4)$$

де  $ЧП_{ni}$  - частка підприємств роздрібно торгівлі  $n$ -го формату в загальній кількості підприємств роздрібно торгівлі в  $i$ -му періоді, %;  $K_{ПРТni}$  - кількість підприємств роздрібно торгівлі  $n$ -го формату в  $i$ -му періоді, од.

Чим більша частка ПРТ певного формату, тим менша міжформатна конкуренція. Наближення її значення до 100 % свідчить про тенденцію до монополізації споживчого ринку. Проте для однозначного висновку доцільно проаналізувати й співвідношення часток обсягів реалізації за окремими форматами:

$$ГЧП_{ni} = \frac{ЧП_{ni}}{ЧП_{ni-1}} \times 100 \%, \quad (5)$$

де  $ЧП_{ni}$  - індекс частки підприємств роздрібною торгівлі  $n$ -го формату в  $i$ -му періоді, %;  $ЧП_{ni-1}$  - частка підприємств роздрібною торгівлі  $n$ -го формату в загальній кількості підприємств роздрібною торгівлі в  $(i-1)$ -му періоді, %.

За територіальним аспектом виділяється регіональна (на рівні регіонів країни), територіальна (на рівні міських та сільських поселень) та локальна (у ме-

жах окремого великого міста) конкуренція, оцінку якої пропонується проводити за показниками напрямків "загальний рівень", "обсяг платоспроможного попиту" та "міжформатна" в кожному розрізі окремо.

На рис. 4 наведено запропоновану комплексну систему оцінки конкуренції підприємств роздрібною торгівлі, яка дозволить визначити наявність та рівень конкуренції на різних етапах економічного циклу розвитку національного господарства.

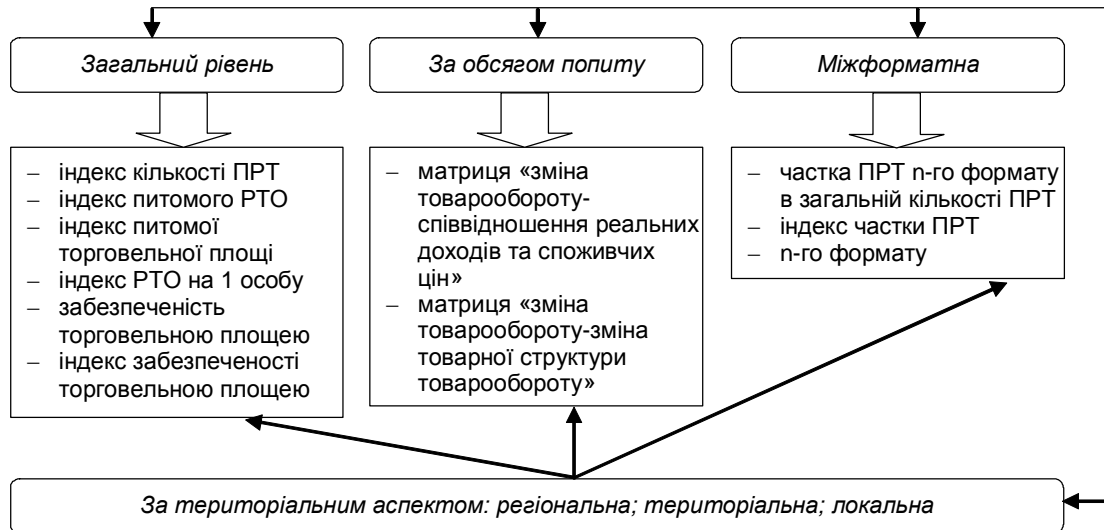


Рис. 4. Комплексна система оцінки внутрішньогалузевої конкуренції підприємств роздрібною торгівлі.

#### Висновок

За результатами проведеного аналізу за допомогою розробленої комплексної системи оцінки внутрішньогалузевої конкуренції ПРТ виявлено її особливості на окремих етапах економічного циклу розвитку націо-

нального господарства України (табл. 2), які необхідно враховувати під час формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю підприємств ритейлу.

Таблиця 2. - Результати оцінки внутрішньогалузевої конкуренції вітчизняних ПРТ

Напрямок	I період (депресія)	II період (пожвавлення)	III період (піднесення)	IV період (криза)
Загальний рівень	низький рівень	низький рівень; тенденція посилення	невисокий рівень; тенденція посилення	невисокий рівень
За обсягом попиту	високий рівень; пріоритетність цінової; посилення міжтоварної та внутрішньотоварної	невисокий рівень; одночасна наявність цінової та нецінової; посилення міжтоварної в бік непродовольчих товарів	невисокий рівень; тенденція посилення; одночасна наявність цінової та нецінової в бік пріоритетності нецінової; посилення міжтоварної	невисокий рівень; цінова; посилення міжтоварної в бік продовольчих товарів; посилення внутрішньотоварної цінової
Міжформатна	відсутня	слабка	невисокий рівень; тенденція до посилення	невисокий рівень; тенденція до посилення

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь : [монографія] / под ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова. - Донецк : ДонНУЭТ, 2009. - 550 с.
2. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : [монографія] / [Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославец, Г. Л. Піратовський та ін.] ; за ред. Л. О. Лігоненко. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. - 334 с.
3. Дідківська Л. Конкуренція в торгівлі у контексті сучасного

економічного розвитку / Л. Дідківська // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - 2005. - Спец. 2. - С. 121-129.

4. Чорна М. В. Особливості сучасного розвитку підприємств торгівлі України / М. В. Чорна, О. М. Блохіна // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ : зб. наук. праць. - 2008. - № 3 (15). - С. 19-23.

5. Чорна М. В. Оцінка конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі : [монографія] / М. В. Чорна, Ю. А. Овчаренко. - Харків : ХДТУБА, 2010. - 177 с.

6. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Д. Кондратьев; [Международный фонд Н. Д. Кондратьева и др.; ред. колл. : Абал-

кин Л. И. (пред.) и др.; сост. Яковец Ю. В.] - М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2002. - 767 с.

7. Офіційний сайт Державного Комітету статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**M. Chorna**

## **PROCEDURE OF THE ASSESSMENT OF THE COMPETITION OF RETAIL ENTERPRISES IN CONDITIONS CYCLICITY OF NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT**

System of estimation of competition of retail enterprises is grounded, it takes into account of retail business specific and economic development cycles, allows to define the level and types of retail enterprises competition at the market on the different stages of economic cycle.

**Key words:** system of estimation, economic cycle, retail enterprises, competition, competitiveness.

© М. Чорна

Надійшла до редакції 30.08.2010

УДК 330.101:368

## **УПРОВАДЖЕННЯ ТЕЛЕРБОТИ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ**

**ЛЮДМИЛА ШАБАЛІНА,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри "Зовнішньоекономічна діяльність підприємств"  
Донецького національного технічного університету*

**ВАЛЕРІЯ АФАНАСЕНКО,**

*Донецький національний технічний університет*

У статті обґрунтовано поняття телероботи (телеком'ютингу) та визначено її основні характерні риси. Показана необхідність використання телероботи в Україні. Представлено переваги, які зможуть отримати працівники, працедавці та держава за умови використання телероботи. Проаналізовано можливі негативні наслідки використання телероботи.

Автор робить висновок, що використання телероботи дозволить збалансувати попит та пропозицію на ринку праці України, стати українській робочій силі більш мобільною, допомогти знайти роботу або додатковий дохід населенню депресивних регіонів країни.

**Ключові слова:** телеробота, телеком'ютинг, інформаційно-комунікаційні технології, Інтернет-технології, міжнародний досвід використання телероботи.

**Постановка проблеми.** Процеси глобалізації, інформатизації суспільства, широке розповсюдження мережі *Internet* зумовили радикальні зміни не тільки в техніці, але й у сфері праці, призвівши до появи нових форм зайнятості, трансформації соціально-трудова відносин, появи сучасних "дистанційних відносин" між роботодавцем та працівником. Такий спосіб співпраці отримав назву телеробота, або телеком'ютинг.

Сьогодні телеробота не набула офіційного статусу та суспільного визнання в Україні, але в європейських країнах темпи її розповсюдження є дуже високими - частка потенційно дистанційно зайнятих працівників складає від 10 % до 22 % загальної кількості зайнятих [1, с. 6].

Список країн із найвищим рівнем життя повністю збігається зі списком лідерів за кількістю віртуальних

офісів, телепрацівників та рівнем розвитку комунікацій. Це, насамперед, США, Австралія, Бельгія, Великобританія, Канада, Нідерланди, Скандинавські країни, Франція, Японія [6, с. 48]. Уже в 1997 році до телероботи в країнах Європи було залучено понад 2 млн громадян, а в США - понад 11 млн [Там само, с. 7]. Розвиток телероботи підтримується державними та регіональними органами влади багатьох країн. Наприклад, у планах США - підвищення частки телероботи до 50 % усього обсягу зайнятості населення [6, с. 51], у той час як для України та інших країн пострадянського простору вона є взагалі новим явищем.

У сучасних умовах розвитку економіки використання телероботи в Україні є актуальним, тому що цей вид праці дозволяє підвищувати рівень якості товарів та послуг за рахунок підвищення продуктивності. Телеро-

*№ 5 (105) вересень 2010 р.*