

**Ripa T. V.**

*аспірант кафедри фінансового аудиту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

**Ripa T. V.**

*PG student of the department of financial audit  
of Kyiv National University of Trade and Economics*

## ФОРМАЛІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

### FORMALIZATION OF ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES

**Анотація.** У статті досліджено місце аналізу конкурентоспроможності в системі економічного аналізу. Визначено та доведено, що він є складником аналізу господарської діяльності. Ідентифіковано мету та завдання, визначено предмет та об'єкти аналізу конкурентоспроможності. Досліджено методологічне забезпечення аналітичного процесу з урахуванням специфіки підприємств торгівлі.

**Ключові слова:** рентабельність, платоспроможність, фінансова стійкість, економічний аналіз, фінансовий аналіз, маркетинговий аналіз, виробничий аналіз, аналіз конкурентоспроможності.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток відкритої економіки в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів надзвичайно актуалізує питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі. Ситуація ускладнюється виходом на ринок значної кількості нових суб'єктів, що приводить до загострення конкуренції та зростання кризових загроз як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Зважаючи на це, особливого значення набуває роль аналізу конкурентоспроможності як важливого інструменту створення сучасного інформаційного забезпечення таких функцій управління, як прогнозування, планування, організація, регулювання та контроль усіх видів діяльності підприємства.

Формування ринкових відносин суттєво впливає на характер аналітичних досліджень. Вони охоплюють як внутрішнє, так і зовнішнє економічне середовище суб'єкта господарювання, в зоні інтересів якого перебувають горизонтальні інформаційні зв'язки та взаємозв'язки з іншими суб'єктами економіки. Система аналізу, яка ґрунтується на індикативних показниках господарської орієнтації, дає можливість швидко адаптуватися до змін ринкового середовища, передбачити можливі зміни поведінки партнерів, уникнути невіправданого ризику зниження або втрати конкурентоспроможності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням різних аспектів аналізу господарської діяльності підприємств займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Н.С. Барабаш, М.А. Болюх, А.Д. Бутко, В.З. Бурчевський, О.О. Гетьман, М.І. Горбатов, В.В. Ковальов, Г.О. Кравченко, Г.І. Купалова, Г.В. Митрофанов, Є.В. Мних, П.Я. Попович, І.В. Сіменко, М.Г. Чумаченко, В.М. Шаповал, А.Д. Шеремет та багато інших.

Однак, незважаючи на вагомий вклад зазначених науковців у розроблення методичного інструментарію аналізу та отримані результати їхніх досліджень, варто зауважити, що поза увагою залишаються аспекти економічного аналізу, що спрямовують його на дослідження розвитку, зумовленого причинно-наслідковими зв'язками між функціональними складниками економічної системи.

**Метою статті** є дослідження методологічних аспектів аналізу конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

**Вклад основного матеріалу.** Загальне визначення економічного аналізу дає змогу характеризувати його як систему спеціальних знань, пов'язаних із дослідженням економічних процесів, які формуються під впливом об'єктивних економічних законів та суб'єктивних факторів [1].

У системі управління економічний аналіз відіграє роль відносно самостійної управлінської функції, яка, ґрунтуючись на застосуванні сукупності взаємопов'язаних і взаємозумовлених методів вивчення і наукового дослідження певних явищ, процесів, дій та досягнутих результатів [1], забезпечує створення досконалої інформаційної системи управління господарськими процесами.

Так, М.Г. Чумаченко привертає увагу до абстрактно-логічного характеру дослідження економічним аналізом явищ і процесів, що реалізуються на різних рівнях управління економікою [2].

Є.В. Мних, відповідно до змісту терміна «аналіз», що походить від грецького *analysis* – розчленування або розкладання, зауважує, що «для економічного аналізу характерним є розкладання цілісної економічної системи будь-якого порядку на функціональні складові елементи, за якими можна визначити причинно-наслідкові зв'язки зміни та розвитку цих елементів і їхньої цілісної системи» [3].

Г.І. Купалова визначає економічний аналіз як систему спеціальних знань із дослідження організації, структури і стану господарського життя або окремої сфери економічної діяльності для узагальнення передового досвіду та виявлення невикористаних резервів підвищення їхньої ефективності [4].

Формулювання визначення сутності економічного аналізу відомими вченими характеризуються низкою уточнень цього поняття, які загалом не суперечать наведеній вище характеристиці. Однак варто зауважити, що поза увагою залишаються аспекти економічного аналізу, які спрямовують його на дослідження розвитку, зумовленого причинно-наслідковими зв'язками між функціональними складниками економічної системи.

Автори М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов, відзначаючи, що економічний аналіз здійснюється на всіх рівнях управління економікою, характеризують лише економічний аналіз діяльності підприємства, який, на їхню

думку «має бути тісно пов'язаний із системним підходом, тобто з комплексним вивченням об'єкта управління з урахуванням усіх його аспектів: економічного, соціального, технічного, організаційного, екологічного та психологічного» [5].

Відомо, що за рівнями й об'єктами управління економічний аналіз поділяється на макро- та мікроекономічний аналіз. Останній розподіляється на галузевий аналіз та аналіз господарської діяльності підприємства, складником якого є комплексний аналіз конкурентоспроможності підприємства. Класифікацію економічного аналізу за рівнями та об'єктами управління спрямовано на визначення місця аналізу конкурентоспроможності підприємства у системі економічного аналізу. Зважаючи на те, що комплексний аналіз конкурентоспроможності поєднує методичні аспекти управлінського аналізу, який формується у межах аналізу господарської діяльності, визначено місце аналізу конкурентоспроможності відповідно до рівнів та об'єктів управління: рівень управління – підприємство, об'єкти управління – фінансові результати, фінансовий стан та якість товарів і послуг (рис. 1).

Сутнісна характеристика аналізу господарської діяльності підприємства, до складу якого входить аналіз конкурентоспроможності, полягає у конкретизації змісту економічного аналізу відповідно до завдань управління підприємством та спрямування досліджень на їх вирішення. Отже, аналіз господарської діяльності підприємства є системою спеціальних знань, пов'язаних із дослідженням економічних процесів, які формуються під впливом об'єктивних економічних законів та факторів суб'єктивного порядку і характеризують господарську діяльність підприємства в її становленні і розвитку.

Варто зауважити, що аналіз господарської діяльності включає як управлінський, так і фінансовий аналіз, розповсюджується на всі види господарської діяльності, а не тільки на основну діяльність підприємств та їх структурних підрозділів, як стверджує І.В. Сіменко [6].

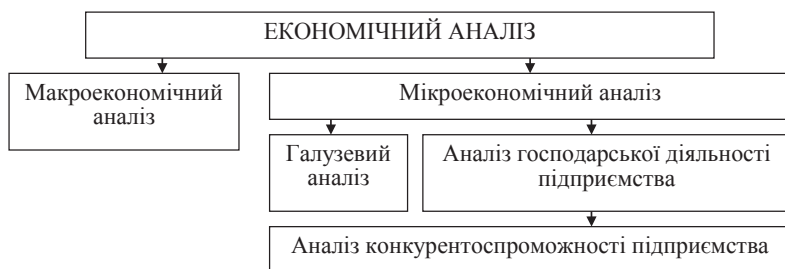


Рис. 1. Класифікація економічного аналізу за рівнями та об'єктами управління

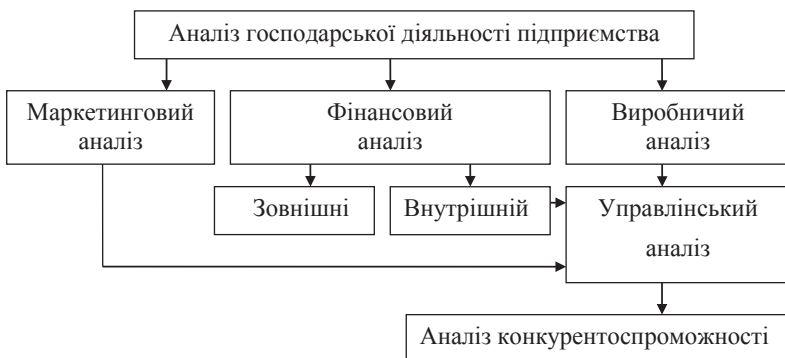


Рис. 2. Місце аналізу конкурентоспроможності в системі аналізу господарської діяльності

Загальні критерії оцінки економічної діяльності підприємства в умовах ринку з позиції підвищення його ринкової вартості на основі досягнення максимальних фінансових результатів та забезпечення фінансової стійкості і платоспроможності вимагають створення відповідної системи економічного аналізу – аналізу конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність як об'єкт управління характеризується складністю процесів, що перебувають під впливом різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів. Незважаючи на те, що аналіз конкурентоспроможності має охоплювати всі аспекти діяльності підприємства торгівлі, в умовах розвитку відкритої економіки на особливу увагу заслуговує оцінка ризиків зниження конкурентоспроможності.

Отже, визначаючи сутність аналізу конкурентоспроможності підприємства, можна стверджувати, що він передбачає застосування спеціальних знань, пов'язаних із дослідженням економічних процесів, які формуються під впливом об'єктивних економічних законів та суб'єктивних факторів і зумовлюють конкурентоспроможність підприємства. Поєднання в аналізі конкурентоспроможності методичних засад маркетингового, внутрішнього фінансового та виробничого аналізу дає змогу позиціонувати його як складник управлінського аналізу (рис. 2).

Маркетинговий аналіз досліджує ринкові фактори (ємність та кон'юнктуру ринків товарів і капіталу, конкурентоспроможність товарів, комерційні ризики, формування цінової політики тощо), які зумовлюють господарську діяльність підприємства торгівлі.

У складі фінансового аналізу доцільно виділити зовнішній та внутрішній. Зовнішній фінансовий аналіз здійснюється суб'єктами ринкових економічних відносин, які безпосередньо не належать до підприємства, а саме держаними інститутами, аудиторськими компаніями, комерційними банками, інвесторами, кредиторами, постачальниками, клієнтами. Отже, інформація зовнішнього фінансового аналізу за звичайних умов не надходить у підсистему управлінського аналізу, як це і показано на рис. 2. Внутрішній фінансовий аналіз спрямовано на дослідження фінансових відносин суб'єкта господарювання, зумовлених об'єктивними та суб'єктивними факторами, що знаходяться відображення у фінансовому обліку і звітності підприємства. Пріоритетним напрямом фінансового аналізу є дослідження формування, розподілу та використання фінансових ресурсів як основного виду ресурсів підприємств.

Виробничий аналіз досліджує організаційно-технічний рівень підприємства, процес виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), внутрішні чинники, що зумовлюють результати виробничої діяльності та ефективність використання ресурсів.

Побудова системи аналізу конкурентоспроможності як складника антикризового управління підприємством торгівлі в умовах ринкового середовища ґрунтується на визначенні змісту аналітичного процесу, основними характеристиками якого є мета, завдання та предмет дослідження.

Одним із засобів формалізації аналізу суб'єктів господарювання є розроблення організаційно-інформаційної моделі, яка поєднує обидва складники аналізу госпо-

дарської діяльності: організаційний та інформаційний. Організаційні питання, які вирішуються на рівні розроблення моделі аналізу господарської діяльності підприємства, стосуються характеристики його суб'єктів, об'єктів, мети і завдань та методичного забезпечення. Інформаційні питання охоплюють побудову інформаційної бази аналізу: визначення джерел інформації, характеристику інформаційного забезпечення та розроблення системи показників, за допомогою яких передбачається досліджувати об'єкти аналізу [7, с. 41].

Розглядаючи окремо кожний складник, яка формує зміст аналізу конкурентоспроможності, треба виходити з того, що вони є взаємопов'язаними, а їх вибір потребує дотримання відповідної послідовності, яка передбачає реалізацію таких етапів, як:

- визначення мети аналізу конкурентоспроможності;
- встановлення переліку завдань управління, розв'язання яких потребує застосування аналітичних методів;
- окреслення предмета аналізу та параметрів, за якими цей предмет буде досліджуватися;
- постановка аналітичних завдань, послідовне вирішення яких має привести до досягнення поставленої мети;
- побудова системи кількісних і якісних аналітичних показників та відповідних критеріїв, на основі яких передбачається оцінювати стан і зміну об'єкта дослідження.

Відзначаючи загальний характер цільового спрямування аналізу конкурентоспроможності, необхідно зважати на те, що він, будучи проміжною ланкою між підсистемами обліку та контролю (аудиту), не обмежується суто внутрішньою обліковою і позаобліковою інформацією, а активно залучає в обробку інформацію із зовнішніх джерел.

Мета аналізу конкурентоспроможності розглядається у межах визначення мети економічного аналізу шляхом конкретизації відповідно до рівня та об'єкта управління.

Суб'єкти господарської діяльності застосовують економічний аналіз із метою виявлення закономірностей і тенденцій розвитку економічних процесів, встановлення та оцінки основних об'єктивних і суб'єктивних чинників, що позитивно чи негативно впливають на показники ефективності [1].

М.Г. Чумаченко характеризує мету як сприяння виконанню планів підприємств і їх підрозділів, а також інших господарських формувань, сприяння подальшому розвитку і поліпшенню економічної роботи завдяки підготовці проектів оптимальних управлінських рішень [2].

Г.І. Купалова також вважає метою економічного аналізу пошук резервів підвищення ефективності суспільного господарства і розроблення заходів щодо їх реалізації [4].

П.Я. Попович вказує на те, що економічний аналіз має на меті виявити умови, за яких здійснювалася господарська діяльність, та вплив на результати цієї діяльності [8].

У більшості спеціальних джерел аналіз конкурентоспроможності справедливо розглядається як складник аналізу господарської діяльності, отже, його мета не виокремлюється із загального визначення. Варто конкретизувати, що метою аналізу конкурентоспроможності є ідентифікація напрямів і кількісне обчислення резервів зростання ринкової вартості підприємства торгівлі на основі дослідження стану і динаміки показників, які характеризують конкурентоспроможність товарів і послуг, рентабельність і фінансовий стан підприємства, а також його інвестиційну привабливість.

Завдання аналізу конкурентоспроможності розподіляються відповідно до потреб управління і зумовлюються його метою. Виходячи з цього, основними завданнями аналізу конкурентоспроможності підприємства торгівлі є:

1. Оцінка фінансових результатів діяльності підприємства та чинників, що зумовлюють рентабельність реалізації товарів і послуг; визначення напрямів збільшення прибутку підприємства; кількісне обчислення резервів збільшення операційного та чистого прибутку.

2. Оцінка фінансової стійкості та платоспроможності підприємства; виявлення ризиків потенційного банкрутства та втрати конкурентоспроможності; визначення напрямів і кількісне обчислення резервів підвищення фінансової стійкості та платоспроможності.

3. Оцінка впливу грошових потоків на формування економічного потенціалу підприємства; визначення напрямів і кількісне обчислення резервів збільшення та оптимізації структури економічного потенціалу підприємства з метою запобігання потенційному банкрутству і підвищення його конкурентоспроможності.

4. Оцінка ринкової вартості підприємства та визначення його інвестиційної привабливості для потенційних інвесторів.

5. Дослідження конкурентоспроможності товарів і послуг підприємства та оцінка їх відповідності вимогам товарних ринків за економічними, якісними, технічними (для товарів побутової техніки), ергономічними та естетичними характеристиками.

6. Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємства та визначення його рейтингу порівняно з підприємствами-конкурентами; визначення конкурентних загроз і шляхів їх подолання.

7. Узагальнення результатів аналізу конкурентоспроможності підприємства та обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на її підвищення.

Завдання аналізу конкурентоспроможності вважаються вирішеними, якщо реалізація заходів, розроблених за його результатами, привела до досягнення поставленої мети – забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Віднесення аналізу конкурентоспроможності до підсистеми управлінського аналізу дає змогу характеризувати його предмет як господарську діяльність підприємства, що здійснюється в умовах конкурентного середовища. Визначення предмета аналізу конкурентоспроможності передбачає вибір таких об'єктів дослідження, як:

- доходи, витрати та фінансові результати (операційний прибуток та операційна рентабельність) основної діяльності підприємства;
- рентабельність активів і капіталу підприємства;
- фінансова стійкість та платоспроможність підприємства.

У табл. 1 наведено об'єкти та складники управлінського аналізу, які долучаються до дослідження і комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства торгівлі.

Методологічне забезпечення аналітичного процесу ґрунтується на визначенні методу як загального шляху досягнення поставленої мети, що поєднує понятійний апарат, науковий інструментарій та наукові принципи дослідження господарських процесів [9].

Виходячи з цього, метод аналізу конкурентоспроможності є науково обґрунтованою системою теоретико-пізнавальних категорій, базових концептуальних положень, принципів, способів та спеціальних прийомів економічного аналізу, які дають змогу досліджувати господарські процеси, що зумовлюють конкурентоспроможність підприємства, в їхньому становленні і розвитку.

Всі методи, способи і прийоми аналітичних досліджень прийнято поділяти на абстрактно-логічні (якісні), економіко-логічні (традиційні) та економіко-математичні [10].

Таблиця 1

**Об'єкти аналізу конкурентоспроможності підприємства у системі управлінського аналізу**

Об'єкти аналізу конкурентоспроможності	Складник управлінського аналізу підприємства
Рентабельність, фінансова стійкість та платоспроможність, операційні та фінансові ризики потенційного банкрутства підприємства	Внутрішній фінансовий аналіз
Конкурентоспроможність товарів та послуг підприємства	Маркетинговий аналіз
Ринкова вартість та інвестиційна привабливість підприємства	Стратегічний аналіз

Метод аналізу конкурентоспроможності проявляється через сукупність загальнонаукових і конкретно-наукових методів, способів і прийомів дослідження.

**Висновки.** Отже, існує велика кількість підходів до визначення сутності економічного аналізу. У процесі дослідження нами було встановлено, що аналіз конкурентоспроможності підприємства є складником аналізу господарської діяльності в системі економічного аналізу. Це зумовило визначення мети, завдань, об'єктів та предмета, а також методологічного забезпечення аналізу конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

За результатами дослідження нами формалізовано аналіз конкурентоспроможності за допомогою організаційно-інформаційної моделі, а саме приділено істотну увагу організаційному складнику аналізу конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

**Список використаних джерел:**

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. – Том 1. – Київ: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
2. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: Навчальний посібник Київ КНЕУ 2003. – 556 с.
3. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури. 2005 – 472 с.
4. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Купалова Г.І. – К., 2008. – 639 с.
5. Економічний аналіз: Навч. посібник / М.А. Болух, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
6. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності. Навчальний посібник /за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 384 с.
7. Барабаш Н.С. Аналіз господарської діяльності: Навч. посіб. / За заг. ред. Є.В. Мниха. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 395 с.
8. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доп. Затверджено МОН / Попович П.Я. – К., 2008. – 630 с.
9. Мних Є.В., Бутко А.Д., Большакова О.Ю., Кравченко Г.О., Никонович Г.І. Аналіз і контроль в системі управління капіталом підприємства / За ред. Проф. Є.В. Мниха. – К.: КНТЕУ, 2005 – 232 с.
10. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. / Г.В. Митрофанов, Г.О. Кравченко, Н.С. Барабаш та ін. / За ред. проф. Г.В. Митрофанова. – К.: КНТЕУ, 2002 – 301 с.

**Анотація.** В статті досліджено місце аналізу конкурентоспроможності в системі економічного аналізу. Определено и доказано, что он является неотъемлемой частью анализа хозяйственной деятельности. Определены цель и задачи, предмет и объекты анализа конкурентоспособности. Исследована методологическая поддержка аналитического процесса с учетом специфики торговых предприятий.

**Ключевые слова:** рентабельность, платежеспособность, финансовая устойчивость, экономический анализ, финансовый анализ, маркетинговый анализ, производственный анализ, анализ конкурентоспособности.

**Summary.** The article examines with the place of the analysis of competitiveness in the system of economic analysis. It is determined and proved that it is an integral part of the analysis of economic activity. Goal and tasks are identified. The objects of the analysis of competitiveness are determined. The methodological support of analytical process taking into account the specifics of trade enterprises is researched.

**Key words:** profitability, solvency, financial stability, economic analysis, financial analysis, marketing analysis, industrial analysis, competitiveness analysis.