

the real economic processes. A kategoriyniy vehicle and methods is developed designs of price space, which change implementation of economic research cardinaly, - from traditional high-quality research in which basic accents do on determination of progress trends, to pass to research of the real economic phenomena.

УДК 339:061.5+316

*Проф. А.І. Хоронжий, д-р екон. наук;  
магістрант У.І. Проць – Львівська КА*

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА, РЕЗЕРВИ І ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Розглянуто ефективність, що є складною економічною категорією і перебуває під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників: економічних, правових, соціальних. Обґрунтовано практичне використання системи показників економічної ефективності, визначено резерви і шляхи підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства. Встановлено, що торгівля – це соціально-економічна система, яка містить впорядковані елементи, між якими існує зв'язок або взаємодія, що закономірно утворює цілісність, спрямовану на забезпечення товарно-грошового обміну та отримання прибутку. Сфера торгівлі повинна бути спрямована на постійне якісне оновлення структурних елементів активізації організаційної діяльності та спрямована на диверсифікацію.

Термін "торгівля" складний та багатогранний. Враховуючи це, пропонуємо розглядати торгівлю як процес товарно-грошового обміну, що відображає сукупність економічних відносин, пов'язаних з обміном продуктами праці з метою задоволення потреб споживачів у матеріальних благах у такому вигляді, в такий час та в такому місці, що відповідає їх запитам. Торгівля є складною соціально-економічною системою [5, с. 33].

У контексті поглиблення трансформаційних процесів в економіці України, її адаптації до глобальних структурних зрушень зростає увага до ефективності діяльності підприємства, що можливе лише за умови використання узагальненої системи оцінювання ефективності соціальної діяльності.

**Аналіз літературних джерел** свідчить про те, що здійснені дослідження дуже різнобічні. В. Берега визначив теоретико-методологічні аспекти соціально-адекватного менеджменту, тоді як М. Туленков вивчав механізм оцінювання соціальної ефективності. В. Мокін у своїй роботі розглянув планування соціального розвитку торговельних колективів. А. Мазаракі, Л. Лігоненко, Н. Ушакова та В. Іваницький дослідили й детально описали процедури та методи планування окремих показників ефективності господарської діяльності торговельного підприємства [1, с. 39].

**Метою цієї роботи** є дослідження напрямків підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства, що дадуть бажаний результат для самого підприємства і споживачів його продукції, визначені резерви і шляхи підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства.

Ефективний, тобто дієвий, – це той, що дає потрібні та найкращі досягнуті результати в різних формах вияву (матеріальній, грошовій, соціальній та ін.). Ефективність – досить багатогранне поняття, до визначення якого підходять не лише з економічних, а й з філософських позицій [1, с. 39].

Ефективність діяльності торговельного підприємства значною мірою залежить від обсягу реалізованих товарів. В умовах перехідної економіки підприємства нарощують товарообіг, однак зберегти позитивну тенденцію протягом тривалого періоду досить складно. Обсяг реалізації формується під впливом різних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища [6, с. 126]. Але існують такі чинники, які впливають на неефективність організації торговельного підприємства (неефективне використання торговельної та складської площі; низький рівень культури обслуговування; низький рівень автоматизації; недоглянуті приміщення; у більшості випадків використання застарілих методів управління персоналом; неефективність заходів щодо контролю витрат) [2, с. 96].

Ефективність – це оцінювання вже кінцевих результатів. Майже тожним поняттям до ефективності є поняття продуктивності, але продуктивність має характер переважно матеріальний, ресурсний, а ефективність – економічний. Щодо такого терміна як "ефект", то воно має результативний характер, на відміну від ефективності, що співвідноситься поняттями: "ефект" і "витрати", що його викликали.

Поняття "ефект" має різні форми вияву, як матеріальну, так і соціальну. Існує багато підходів для оцінки ефективності діяльності торгового підприємства, і звично, що думки з багатьох питань не сходяться, але визначити все ж таки можна такі показники ефективності: індекс віддачі; щодо менеджменту, то це коефіцієнт економічності апарату, коефіцієнт керованості, рівень організації управління виробництвом і ін. Можна застосовувати показники використання окремих видів ресурсів, а можна аналізувати ефективність в розрізі окремих напрямів діяльності [3, с. 188].

Основним принципом формування системи показників ефективності й вираження її суті на всіх рівнях управління економікою (держава, галузь, суб'єкт господарювання) є співвідношення кінцевого результату (у вигляді національного доходу, валового внутрішнього продукту, обсягу випуску чи реалізації продукції) й ефекту (прибутку) зі застосовуваними і спожитими ресурсами. Співвідношення показників можна вираховувати різними способами. Так, під час визначення показника ефективності як відношення результату у вигляді обсягу випуску (реалізації) продукції чи ефекту (прибутку) до ресурсів чи затрат до обсягу випуску (реалізації) продукції чи ефекту (прибутку) важливо досягти мінімізації.

Практичне використання системи показників економічної ефективності в галузях і суб'єктах господарювання передбачає:

1. Орієнтацію підприємства чи галузі на інтенсивний шлях розвитку і досягнення вищого рівня ефективності в динаміці.
2. Вивчення резервів подальшого вдосконалення господарської діяльності підприємства на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, вдосконалення технології та покращення організації виробництва [4, с. 370].
3. Створення дієвого механізму підвищення ефективності господарювання. Як узагальнений показник ефективності господарської діяльності підприємства потрібно використовувати відношення обсягу реалізованої

продукції чи ефекту у вигляді прибутку до сукупної величини ресурсів, враховуючи середню вартість основних та обігових засобів, чи до загальної суми витрат виробництва чи обігу.

Розрахунки цих показників здійснюють за такою схемою:

1. Визначають ефективність господарської діяльності, тобто використаних ресурсів, шляхом ділення реалізованої продукції на сукупну величину ресурсів або відношення прибутку до сукупної величини ресурсів.
2. Визначають ефективність затрат (спожитих ресурсів). Це відношення реалізованої продукції до витрат виробництва або відношення прибутку до витрат виробництва.
3. Показник ефективності використання капіталу. Це відношення реалізованої продукції до сукупної величини ресурсів. Третій показник повторює перший, оскільки ресурси ототожнюються з капіталом, але тут розрахунок здійснюється на 1 грн капіталу. Цей показник ще можна визначити шляхом ділення суми прибутку на капітал (сукупну величину ресурсів), отримуємо прибуток з 1 грн капіталу, або, як це ще називають, коефіцієнт рентабельності капіталу. Якщо його помножити на 100, тоді отримують рентабельність капіталу.
4. Окремо виділяють ефективність затрат як відношення реалізованої продукції до витрат виробництва. Це характеризує розмір реалізованої продукції на 1 грн затрат. Також визначають шляхом відношення прибутку до витрат виробництва. Це дає величину прибутку з 1 грн затрат або коефіцієнт рентабельності затрат.

У наведених показниках ефективності відображається рівень використання окремих видів ресурсів.

1. Показники ефективності використання робочої сили (трудових ресурсів). Їх визначають як відношення обсягу реалізованої продукції чи товарообігу чи ефекту у вигляді прибутку до середньоспискової чисельності працівників чи суми затрат на оплату праці всіх працівників. Для глибшого вивчення тенденцій зміни цього показника в динаміці потрібно проаналізувати частку розходів на заробітну плату в сукупних витратах, частку приросту обсягу реалізованої продукції за рахунок підвищення продуктивності праці, зміни чисельності працівників, співвідношення темпів зростання продуктивності праці й середньої заробітної плати. Під час вивчення всіх цих показників потрібно виявити причину їх зміни і дати конкретні розрахунки впливу на ефективність змін кожного з вивчених показників.

2. Показники ефективності використання обігових засобів визначають шляхом розрахунку обсягу реалізації продукції на 1 грн обігових засобів і обіговості обігових засобів у днях, яка визначається як відношення середньорічної вартості обігових засобів до одnodенної реалізації продукції.

3. Показники ефективності використання основних фондів включають:

- фондвіддачу у вигляді об'єму реалізованої продукції на 1 грн. середньорічної вартості основних фондів;
- фондоозброєність як відношення середньої величини основних фондів у розрахунку на одного середньоспискового працівника. При вивченні показників цієї групи потрібно враховувати забезпеченість населення торговою площею в метрах квадратних на 1000 мешканців.

4. Показники ефективності використання поточних затрат. Сюди відносять, насамперед, ефективність виробничих (торговельних) затрат на здійснення господарської діяльності: це виробнича і повна собівартість, їх частка в ціні продукції, обсяг реалізованої продукції на 1 грн. затрат.

Велике значення мають і показники ефективності використання ресурсів, які визначені на основі прибутків. Тут йдеться про показники рентабельності, які визначають шляхом ділення прибутку на окремі види ресурсів або діленням прибутку на всі затрати.

В економічній літературі широко використовують поняття зворотних показників. Це, по суті, показники рентабельності, трудо-, фондо-, енерго-, матеріаломісткості. Так, з першої групи показників ефективності використання робочої сили (трудових ресурсів) зворотним показником є трудомісткість виробництва. З другої групи – матеріаломісткість, з третьої – фондомісткість і з четвертої – величина затрат на 1 грн обсягу реалізованої продукції.

Усі вказані групи факторних показників характеризують переважно економічну ефективність використання ресурсів і затрат. Водночас потрібно передбачити посилення орієнтації підприємств на вирішення соціальних питань і питань забезпечення належного рівня життя людей [4, с. 372].

Поряд з економічною складовою ефективності важливе значення має соціальна складова ефективності, що характеризує ступінь використання підприємством потенційних можливостей трудового колективу й кожного працівника, його творчих здібностей, успішність вирішення соціальних завдань, поліпшення умов праці та побуту. Соціальна ефективність економічних перетворень вимірюється не лише матеріальними витратами суспільства, а й змістом і характером динаміки потреб, інтересів і ціннісних орієнтирів різних соціальних груп і прошарків.

Виділяють три групи критеріїв ефективності соціального управління:

- такі, що відображають суспільну користь, отриману внаслідок функціонування відповідних систем управління;
- такі, що розкривають сутність організування та функціонування власне керівних систем;
- критерії конкретної соціальної ефективності кожної організаційної структури управління, кожного учасника управління, кожного одиничного управлінського рішення, дій та відносин.

Під соціальною ефективністю розуміють відповідність результатів господарської діяльності основним соціальним потребам і цілям суспільства [1, с. 41]. Соціальні показники мають вагомий вплив на результат діяльності підприємства, і якщо б вони були частиною системи показників діяльності підприємства, це б свідчило тільки про дійсно розумний підхід до визначення і розрахунку впливу окремих чинників, на разі соціального, на діяльність торговельного чи будь-якого іншого підприємства, тобто зважені усі чинники, що мають прямий чи опосередкований вплив на діяльність підприємства.

Резервами і шляхами підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства можуть і повинні стати залучення іноземних моделей ведення бізнесу у цій галузі, поглиблення використання менеджменту, маркетингові дослідження, вивчення попиту населення через різноманітні експери-

менти з диференціації продукції, цікаві підходи в рекламному аспекті, дистрибуція, ще один надзвичайно невід'ємний елемент сучасного торговельного підприємства – логістика [3, с. 487].

Здійснення тих самих акцій для покупців чи постійних клієнтів, пошук дешевших джерел сировини чи продукції, оптимізація використання робочого часу, стимулювання працівників через ефективність роботи, спрямування вільних коштів на оптимізацію транспортування продукції, розташування таких підприємств має бути таким, щоб це було близько від домівки, щоб це був великий супермаркет, з відповідним асортиментом продукції, де можна купити майже все, що потрібно на даний момент, це також має бути зручний час роботи, подовжений чи круглодобовий. Тобто конкретний підхід до смаків, можливостей, бажань кожного покупця, який за поняттями ринку завжди правий, це власне і є тим, на сьогодні необхідним, відображенням соціальної діяльності сучасного торгового підприємства.

Визначення мети, стратегії діяльності підприємств торгівлі неабияк вплине на концентрацію зусиль у підвищенні як соціальної ефективності, так і економічної. У підсумку економічний ефект однаково має соціальний зміст для обох сторін, бо кошти обертаються для того, щоб принести задоволення покупцю, щоб він знову купив товар чи послугу у даному торговельному підприємстві, мимохідь створюючи замкнуте коло, і так само тому, хто продає товар, бо витрачає кошти на себе, як частину соціуму, йдучи цим самим в інший магазин, щоб задовольнити вже свою, специфічну соціальну потребу.

Таким чином, торгівля – це соціально-економічна система, яка містить впорядковані елементи, між якими існує зв'язок або взаємодія, що закономірно утворює цілісність, спрямовану на забезпечення товарно-грошового обміну та отримання прибутку. Сфера торгівлі повинна бути спрямована на постійне якісне оновлення структурних елементів активізації організаційної діяльності та спрямована на диверсифікацію.

## Література

1. Білявський В. Оцінювання ефективності соціальної діяльності торговельних підприємств // Вісник КНЕУ. – 2006. – № 3. – С. 39-46.
2. Височин І.В. Сучасні проблеми розвитку торгівлі в Україні // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 10. – С. 92-96.
3. Економіка підприємства. : підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, : перероб. та доп.]. – К. : Вид-во КНЕУ, 2001. – 528 с.
4. Марцин В.С. Економіка торгівлі : підручник. – К. : Вид-во "Знання", 2006. – 402 с.
5. Юр'єва П.Б. Формування торгівлі як складова соціально-економічної системи: теоретичні аспекти // Економіка та держава. – 2008. – № 12. – С. 33 -36.
6. Юсипович О.І. Особливості динаміки товарообігу торговельного підприємства у перехідній економіці // Торговля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів, 2005. – Вип. 7. – С. 126-130.

### *Хоронжий А.И., Проць У.И. Социально-экономическая эффективность деятельности торгового предприятия, резервы и пути ее повышения*

Рассмотрена эффективность, которая является сложной экономической категорией и находится под воздействием как внутренних, так и внешних факторов: экономических, правовых, социальных. Обоснованно практическое использование системы показателей экономической эффективности, определено резервы и пути повышения эффективности деятельности торгового предприятия. Установлено, что торговля

- это социально-экономическая система, которая содержит упорядоченные элементы, между которыми существует связь или взаимодействие, которое закономерно образует целостность, направленную на обеспечение товарно-денежного обмена и получение прибыли. Сфера торговли должна быть направленная на постоянное качественное обновление структурных элементов активизации организационной деятельности и направленная на диверсификацию.

***Khoronzhiy A.I., Prots' U.I. Socio-economic efficiency of activity of auction enterprise, backlogs and ways of its increase***

Efficiency which is a difficult economic category and is under act of both internal and external factors is considered in this article: economic, legal, social. The practical use of the system of indexes of economic efficiency is considered, backlogs and ways of increase of efficiency of activity of auction enterprise are certain. It is set that trade is the socio-economic system, which contains well-organized elements, which connection or cooperation, which forms integrity, directed on providing of commodity-money exchange and receipt of income appropriately, is between. A trade sphere must be directed on the permanent high-quality update of structural elements of activation of organizational activity and directed on diversification.

**УДК 658.5:33+061.5**

***Доц. І.А. Маринич, канд. екон. наук;  
магістрант В.О. Мартиник – Львівська КА***

**РОЗРОБЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ  
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Здійснено дослідження потреби застосування у господарській діяльності конкурентної стратегії. Розкрито сутність основних конкурентних стратегій та головних етапів їх розроблення, основних їх альтернатив. Запропоновано узагальнені види стратегічних альтернатив для суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** стратегія, конкурентна стратегія, конкурентоспроможність, стратегічна конкурентоспроможність, конкурентна перевага, конкурентні сили, власні кошти.

**Актуальність проблеми.** Конкурентоспроможність як головний елемент механізму господарювання і невід'ємний складник підприємницького середовища є наразі однією з найпопулярніших економічних категорій. А механізм формування ефективних підходів до вибору конкурентних стратегій є найактуальнішим в сучасному економічному середовищі.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Теоретичні і методологічні основи вивчення конкурентних стратегій представлені у працях таких західних вчених як І. Ансофф, М. Портер, А. Томпсон, Д. Рікардо, Ф. Котлер. Серед вітчизняних науковців питаннями конкурентоспроможності займались Р. Фатхутдінов П. Саблук, С. Кваша, В. Геєць та інші. Існує велика кількість визначень понять конкурентоспроможності організації. Одне з них дав Р. Фатхутдінов, він розглядає конкурентоспроможність організації, як здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію, перевага фірми стосовно інших фірм цієї галузі усередині країни і за її межами [5].

Конкурентоспроможність організації багато в чому залежить від того, наскільки фірма може пристосуватися до умов конкуренції, що змінюються, на ринку. Так само велику кількість визначень має термін стратегія яку можна розглядати як: процес постановки цілей та розроблення відповідних рі-