

УДК 658.6/8:65.015.25

Доц. С.Т. Дуда, канд. екон. наук;
магістрант Ю.М. Телепенько – Львівська КА

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОГРАМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто поняття ефективності торговельного підприємства та основні аспекти розроблення та реалізації програми підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств. Визначено основні зовнішні та внутрішні чинники впливу на ефективність діяльності торговельних підприємств та напрями її підвищення в умовах кризи.

Постановка проблеми. Діяльність будь-якого підприємства неможлива без наперед чітко визначених орієнтирів, які закладаються у планах та програмах подальшої діяльності підприємства. Реалізація цих планів та програм залежить від багатьох чинників зовнішнього та внутрішнього середовищ. Дедалі більшого впливу набувають тенденції світового розвитку на основі інтеграції, глобалізації та інтернаціоналізації суспільних процесів, що потребують економічного регулювання. Особливо це стосується проблем, що виникли внаслідок входження світової економіки до фінансово-економічної кризи, яка формує широкий спектр загроз зовнішньо- та внутрішньоекономічного розвитку України.

Таким чином, особливої уваги заслуговує питання розроблення та обґрунтування програми розвитку та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств, зокрема і кооперацій, які є основною ланкою національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розроблення програми розвитку торговельної (зокрема роздрібної) діяльності підприємств, зокрема й кооперативних об'єднань, присвячено наукові публікації таких науковців, як М. Беляєва, О. Азарян, А. Полянська, В. Соколов та інші.

Постановка мети дослідження. Основною метою дослідження є економічне обґрунтування розробки та реалізації програми підвищення ефективності торговельної діяльності підприємств, аналіз основних тенденцій розвитку та чинників впливу на ефективність діяльності підприємств торгівлі, зокрема кооперативних об'єднань, а також запропонування шляхів підвищення ефективності розвитку підприємств торгівлі та кооперацій.

Виклад основного матеріалу. Торговельні підприємства є однією з основних ланок економіки України, тому питання підвищення ефективності їх діяльності є дуже важливим, оскільки сприяє вирішенню актуальних суспільних проблем. Зокрема, до них належать створення нових робочих місць, вирішення соціальних проблем і т. ін. Водночас кожен суб'єкт господарювання повинен враховувати реалії зовнішнього економічно-соціального стану в країні. В умовах постійної зміни зовнішнього середовища підприємства повинні швидко адаптуватись до подібних змін. Саме такі зміни повинні враховуватись під час розроблення програми розвитку та підвищення ефективності підприємства. Оскільки програма підприємства є одним з найголовніших аспектів планування діяльності підприємства, то саме від умілого її розроблення залежить ефективність діяльності підприємства. Розроблення і складання такої

програми повинне обов'язково опиратися на цілі, яких досягатиме підприємство в перспективі. Згідно з сучасною економічною теорією, розроблення програми розвитку повинно відповідати вимогам: комплексності, узгодженості, результативності. Проектування програми розвитку та підвищення ефективності діяльності передбачає:

- формування набору галузей господарської діяльності, які максимізують досягнення цілей, виходячи з профілю організаційних можливостей і стану зовнішнього середовища (практична стратегія);
- синтез організаційних одиниць на основі однорідності господарського потенціалу.

Підприємствам доцільно оцінювати міру адекватності організаційно-економічного механізму управління підприємством до умов внутрішнього та зовнішнього оточення, а результати цієї оцінки використати під час прийняття рішень з вибору організаційних структур. Розроблення та обґрунтування програми розвитку та підвищення ефективності діяльності обов'язково повинна опиратись на аналіз середовища підприємства та чинників впливу на нього, особливо враховуючи тенденції сучасних кризових явищ, які досить негативно вплинули на діяльність усіх суб'єктів господарювання через невизначеність економічної ситуації в Україні, та й у світі загалом.

Автори монографії зазначають, що рушійною силою розвитку торговельних підприємств є зміни у зовнішньому середовищі функціонування підприємства, які потребують взаємопов'язаних змін внутрішнього середовища суб'єкта господарювання. До зовнішніх чинників впливу на розвиток підприємства відносять: природний процес зростання суспільних потреб, науково-технічний прогрес і конкурентну боротьбу. Як зазначено у джерелі [4, с. 272], важливе значення у забезпеченні розвитку підприємств торгівлі має врахування причин об'єктивного характеру, які виявляються через зміну в зовнішньому середовищі і впливатимуть на діяльність підприємства; зміни відносин із контрагентами, що призводить до коригування досягнутих раніше домовленостей або відмови від їх виконання; зміни, спричинені науково-технічним прогресом, поступ якого можна передбачити, однак визначити конкретні наслідки практично не можливо.

Необхідно зазначити, що питання розвитку підприємства на сьогодні є досить актуальним і вимагає врахування об'єктивних (зовнішніх) і суб'єктивних (внутрішніх) передумов вирішення його завдань. Поточний стан суб'єкта господарювання є своєрідним індикатором необхідності змін, які потрібно провадити як на рівні окремого підприємства, так і на рівні середовища, в якому воно функціонує і планує розвиватися. Зазвичай, під час розроблення програми розвитку та підвищення ефективності діяльності зовнішньому середовищу приділяють неналежну увагу з огляду на те, що його чинники є важко прогнозованими і на них підприємство має обмежений вплив або його взагалі немає. Однак ігнорування об'єктивних чинників функціонування і розвитку підприємств може призвести до негативних (кризових) явищ. Тому, важливим під час розроблення та обґрунтування програми з підвищення ефективності діяльності є вивчення чинників зовнішнього середовища та їх класифікації, що визначають вплив кожної складової на соціально-економічний ефект від функціонування підприємства (табл. 1).

Табл. 1. Класифікація чинників зовнішнього середовища підприємств

Складова зовнішнього середовища	Чинники зовнішнього середовища
Політична і юридична	• політична нестабільність; • податкове регулювання; • інвестиційна політика;
Економічна	• рівень і темп інфляції; • курс національної валюти щодо іноземної; • облікова ставка; • податкове навантаження; • частка прибуткових (збиткових) підприємств;
Технічна	• частка інноваційно-активних підприємств; • державні інноваційні програми; • кількість патентів, ліцензій, авторських прав та ін.;
Соціально-демографічна	• урбанізація; • рівень безробіття; • частка працездатного населення та ін.;
Культурно-етична	• корупція та хабарництво; • умови праці та охорона праці та ін.;
Міжнародна	• структура і динаміка експортно-імпортних операцій; • відшкодування ПДВ; • міжнародні міграційні процеси та ін.

Інші чинники, які впливають на ефективність підприємства торгівлі, є внутрішніми, і їх динаміка залежить від самого підприємства.

У діяльності більшості торговельних підприємств України переважає частка роздрібною торгівлі. Підприємства, що здійснюють роздрібну торгівлю, мають у своєму розпорядженні великі можливості для подальшого підвищення ефективності роботи, поліпшення якості обслуговування. Всебічне вивчення, аналіз та використання всіх резервів підвищення якості обслуговування сприятиме зростанню обсягів продажів, підвищенню рентабельності підприємства. Саме ці головні моменти повинні бути основою розроблення програми з підвищення ефективності торговельної діяльності.

Роздрібний товарообіг торговельних підприємств України за останні роки не виражається особливими змінами, враховуючи наслідки економічної кризи, навпаки, є досить сталим, а у певному розрізі навіть зростає (табл. 2).

Табл. 2. Роздрібний товарообіг підприємств України за 2007-2009 рр., млн грн *

Роки	Роздрібний товарообіг підприємств	Товарообіг роздрібною торгівлі	Товарообіг ресторанного господарства
2007	178233	171682	6551
2008	246903	238523	8380
2009	230955	222849	8106

* Ці показники взято зі статистичного щорічника Державного комітету статистики України

Таким чином, у 2009 р. щодо 2007 р. роздрібний товарообіг підприємств України збільшився на 52722 млн грн, а щодо 2008 р. – знизився на 15948 млн грн, що свідчить про негативний вплив кризових явищ на діяльність підприємств. На розвиток торговельних підприємств також активно вплива-

ють і умови, за яких вони функціонують. Умови розвитку роздрібно́ї торгівлі можна поділити на чотири групи:

- місце розташування і імідж (реальне і віртуальне розташування магазину, імідж роздрібно́го торговця, позиція й репутація);
- внутрішнє середовище та базовий продукт (внутрішнє середовище магазину, атмосфера, дизайн, асортимент товарів);
- стимули в середині магазину (сприйняття співвідношення "ціна-якість", ефективність подання товарів, рівень наданих послуг);
- політика роботи з клієнтами та залучення постійних клієнтів (розвиток та закріплення відносин з клієнтами) [4, с. 105].

Важливо виділити серед усіх суб'єктів торговельної діяльності кооперативні об'єднання, які є важливою ланкою національної економіки. Досить поширена думка, що споживча кооперація своє віджила і не має перспективи. Але ця думка хибна. І ось чому. Частка сільського населення в Україні становить 30 %, дві третини якого не можна віднести навіть до просто заможних – саме цей контингент є основою існування кооперацій, які захищають їхні інтереси. Кооперація активно почала функціонувати саме в період формування ринкової економіки як засіб забезпечення матеріальних інтересів і добробуту середнього прошарку суспільства, а в сучасний період розвитку економіки набула характеру потужної соціальної сили.

Згідно з даними Центральної спілки споживчих товариств України, до якої входять всі наявні в Україні споживчі товариства, оптову торгівлю у споживчій кооперації системи Укоопспілки здійснюють 92 торгових бази, зокрема 45 універсальних міжрайбазоблспоживспілок та споживчих товариств, 13 баз і міжрайонних складів із торгівлі господарчими товарами, лісовими і будівельними матеріалами. У складі спілки споживчих товариств України функціонує 19, 4 тис. об'єктів роздрібно́ї торгівлі, зокрема 14,6 тис. магазинів загальною торговою площею 1166,9 тис. м², та 4,8 тис. закладів ресторанного господарства на 231 тис. посадкових місць.

Основним джерелом підвищення ефективності діяльності кооперацій є їх фінансування, яке за останні п'ять років здійснюється досить активно і приносить результати, до яких відносимо задоволення потреб споживачів у товарах та послугах та високу рентабельність об'єднань. Важливим етапом розроблення програми з підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства є проведення моніторингу ресурсного забезпечення торговельного підприємства, виявлення потенційних можливостей його більш ефективного використання.

Економічно обґрунтувати розроблення такої програми в межах ресурсозабезпечення можна за допомогою аналізу ресурсного забезпечення торговельних підприємств за етапами:

1. Аналіз фактичного обсягу та структури ресурсів торговельного підприємства.
2. Аналіз відповідності наявних ресурсів потребам підприємства та на цій основі встановлення рівня ресурсного забезпечення.
3. Аналіз складу джерел надходження ресурсів торговельного підприємства.

4. Виявлення відповідності фактичного рівня ресурсного забезпечення підприємства його ресурсному потенціалу.
5. Розрахунок індикаторів резервів збереження ресурсів торговельного підприємства фактичних і на перспективу.
6. Формування комплексної програми ресурсозбереження торговельного підприємства.

На наш розсуд, реалізація запропонованої послідовності формування програми ресурсозбереження, на основі забезпеченості торговельного підприємства ресурсами, сприятиме підвищенню ефективності використання його ресурсного потенціалу, підвищенню конкурентоспроможності та результативності діяльності [2, с. 163]

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, розроблення і реалізація програми підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств повинна враховувати не тільки внутрішні, але й зовнішні умови їх функціонування, особливо враховуючи тенденції сучасних кризових явищ. Обґрунтування ресурсного забезпечення, чинників зовнішнього оточення підприємства, зв'язків з посередниками та інших аспектів торговельної діяльності є основою розроблення стратегічних завдань щодо ефективної діяльності підприємств торгівлі на перспективу. Подальші дослідження доцільно ґрунтувати на стратегічних цілях діяльності підприємств, які займаються торгівлею, у напрямку підвищення управління ресурсним потенціалом, персоналом та підприємством загалом.

Література

1. **Азарян О.** Генезис трансформації роздрібної торгівлі в Україні та формування сучасної парадигми її розвитку / Олена Азарян, В'ячеслав Соболев // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5. – С. 34-37.
2. **Александрова Г.М.** Вплив факторів зовнішнього оточення на стан ресурсного забезпечення торговельних підприємств / Г.М. Александрова // Торгівля і ринок України : тем. зб. наук. праць. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2008. – Вип. 26, т. 1. – С. 155-164.
3. **Афанасьєв Н.В.** Управление развитием предприятия / Н.В. Афанасьєв, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. – Харьков : Изд. дом "ИНЖЭК", 2003. – 183 с.
4. **Михайлова Е.** Ключевые маркетинговые факторы успеха в сфере розничной торговли / Е. Михайлова // Маркетинг. – 2005. – № 5. – С. 105-115.

Дуда С.Т., Телепенько Ю.М. Экономическое обоснование программы повышения эффективности торговой деятельности предприятия

Рассмотрено понятие эффективности торгового предприятия и основные аспекты разработки и реализации программы повышения эффективности деятельности торговых предприятий. Определены основные внешние и внутренние факторы влияния на эффективность деятельности торговых предприятий и направления ее повышения в условиях кризиса.

Duda S.T., Telepenko Yu.M. Economic ground of the program of increase of efficiency of point-of-sale activity of enterprise

In the article the concept of efficiency of commercial enterprises and major aspects of developing and implementing programs to improve the efficiency of commercial enterprises. Detected the external and internal factors influence the efficiency of commercial enterprises and direction of its increase in the crisis.