

*М.Г. БЕЗПАРТОЧНИЙ*, канд. екон. наук, ПЕП, Полтава

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ ТА КРИТЕРІЇВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розглядаються чинники та критерії забезпечення ефективного функціонування торговельних підприємств в Україні. Запропоновано механізм пристосування суб'єктів торговельної сфери до зміни економічної кон'юнктури споживчого ринку та зниження платоспроможного попиту споживачів. Обґрунтовано необхідність розробки економічної стратегії забезпечення стійкого розвитку торговельних підприємств.

Factors and criteria of maintenance of effective functioning of trade enterprises in Ukraine are considered. The mechanism of the adaptation of subjects of trading sphere to change of an economic conjuncture of the consumer market and decrease in solvent demand of consumers is offered. Necessity of development of economic strategy of maintenance of steady development of trade enterprises is proved.

**Постановка загальної проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** На ефективне функціонування торговельних підприємств в Україні впливають низка внутрішніх та зовнішніх чинників, а також критерії, які визначаються специфікою й особливостями діяльності суб'єктів господарювання торговельної сфери.

Складності сучасного етапу розвитку економіки України чітко відображуються станом та динамікою господарських показників торговельних підприємств [1, 2].

Необхідно зазначити, що як на галузевому рівні, так і на національному, ринкові умови господарювання, висока конкуренція змушують торговельні підприємства пристосовувати структуру ресурсів до нових цін, умов обмеженості, змін обсягу та складу товарообігу залежно від платоспроможного попиту споживачів.

Зазначена наукова проблема має щільний зв'язок з практичною діяльністю торговельних підприємств, оскільки виникає необхідність дослідження чинників та критеріїв впливу на господарську діяльність даних суб'єктів та забезпечення їх подальшого ефективного функціонування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В економічній літературі існують публікації, які присвячені дослідженню чинників та критеріїв забезпечення ефективного функціонування торговельних підприємств, серед них чільне місце посідають роботи І.О. Бланка, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакової, Л.О. Лігоненко, А.А. Садекова, Н.О. Власової тощо. Разом з

тим, з наукової точки зору залишаються малодослідженими проблеми щодо забезпечення стійкого розвитку торговельних підприємств у зв'язку зі зміною економічної кон'юнктури споживчого ринку та платоспроможного попиту споживачів.

**Формулювання цілей статті.** Проведено дослідження чинників та критеріїв забезпечення ефективного функціонування торговельних підприємств. Розроблено механізм пристосування суб'єктів торговельної сфери до зміни економічної кон'юнктури споживчого ринку та зниження платоспроможного попиту споживачів. Обґрунтовано необхідність опрацювання економічної стратегії забезпечення стійкого розвитку торговельних підприємств на перспективу.

**Виклад основного матеріалу.** Кризові явища, які охопили усі сектори національної економіки негативно вплинули і на функціонування торговельних підприємств в Україні. Сфера торгівлі, яка взаємопов'язана із іншими галузями економіки також відчула падіння та обмеження у ресурсах, зокрема у фінансових. Торговельні підприємства знижують роздрібний товарооборот із-за неможливості у повному обсязі сформувати товарні запаси, призупиняють будівельні проекти у регіонах України, скорочують товарний асортимент тощо. Вищезазначені тенденції впливають на зниження доходу торговельних підприємств, операторами ринку переглядаються стратегії щодо подальшого розвитку.

З метою удосконалення господарської діяльності торговельних підприємств проведемо дослідження внутрішніх і зовнішніх чинників, а також критеріїв забезпечення ефективного функціонування суб'єктів торговельної сфери.

Чинники внутрішнього середовища діяльності торговельних підприємств формується під впливом критеріїв, що здійснюють безпосередній вплив на торговельний процес та сервіс. У сучасних умовах такими критеріями є визначення мети та цілей діяльності суб'єктів торговельної сфери, організаційно-управлінська структура, процес торгівлі, торгово-операційний персонал.

Формування мети та цілей діяльності торговельних підприємств є безпосереднім завданням менеджменту. Для торговельних підприємств на сучасному етапі метою є орієнтування діяльності на платоспроможний попит споживачів, утримання існуючих позицій на споживчому ринку, забезпечення стабільних партнерських відносин із постачальниками, отримання позитивного фінансового результату тощо.

Організаційно-управлінська структура торговельних підприємств відіграє важливе значення, оскільки формує відповідну кількість, склад її підрозділів, ступенів управління в єдиній взаємозалежній системі торговельного процесу та сервісу. Структура встановлює такі взаємини рівнів управління і функціональних підрозділів, що дозволяють найбільш ефективно досягати цілей. Характерною особливістю організаційно-

управлінських структур торговельних підприємств на сучасному етапі є їх оптимізація, що зумовлена зниженням витрат на управління персоналом. Відбувається процес поєднання обов'язків окремих працівників у єдину систему виконання завдань (торгово-технологічні процеси, розрахунково-аналітичні, бухгалтерсько-статистичні тощо).

Процес торгівлі характеризується наявністю певних технологій, які забезпечують доведення продукту до кінцевого споживача. Для торговельних підприємств характерним є залучення до процесу торгівлі інших засобів – логістики, маркетингу, системи стандартизації та сертифікації (що забезпечують відповідну якість не лише продукції, а й процесу торгівлі зокрема).

Торгово-операційний персонал забезпечує ефективне здійснення господарської діяльності торговельних підприємств. На сучасному етапі характерною особливістю є наявність відповідного досвіду управління процесом торгівлі національними підприємствами та запозичення світового досвіду з приходом на споживчий ринок іноземних торговельних операторів.

Усі внутрішні чинники діють у взаємозв'язку, що дозволяє досягти цілей діяльності торговельних підприємств.

Необхідно зазначити, що у сучасних умовах з метою досягнення синергетичного ефекту у діяльності торговельних підприємств поєднують соціальні (дослідження поведінки споживачів, рівень їх витрат на придбання відповідних товарів, реагування на зміну товарного асортименту та рекламу) і техніко-технологічні складові торговельного процесу, тобто формується так звана соціотехнічна система.

Існує також особливий критерій у діяльності торговельних підприємств, що забезпечує підвищення ефективності господарювання – це наявність корпоративної культури. Внутрішня культура має відповідати вимогам як чинникам зовнішнього середовища, так і стратегії торговельного підприємства.

Корпоративна культура торговельних підприємств представлена функціональними сферами: персоналом, фінансами, аналітикою, матеріально-технічним забезпеченням, маркетингом.

Критеріями ефективної діяльності торговельних підприємств щодо персоналу є забезпечення оптимальної структури працівників, включаючи пошук, найм, адаптацію, підготовку та перепідготовку, оцінку, мотивацію тощо.

Сфера фінансів торговельних підприємств формує оптимальну структур капіталу для здійснення господарської діяльності. При цьому визначальними критеріями є визначення обсягу грошових коштів для формування товарних запасів, обґрунтування розміру націнки, бюджетування витрат обігу, здійснення аналізу фінансового стану та ін.

Аналітична діяльність торговельних підприємств представлена збором, обробкою та аналізом ринкової, бухгалтерської та статистичної інформації з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Матеріально-технічне забезпечення торговельних підприємств характеризується визначенням необхідного обсягу торговельного обладнання та інвентарю, товарних запасів, ефективної складської та торговельної площі, іншими ресурсами.

Маркетингова сфера діяльності торговельних підприємств проявляється у здійсненні досліджень споживчого ринку, його сегментуванні, прогнозуванні, виявленні потреб споживачів та платоспроможного попиту. Критеріями у даному випадку виступають маркетингові показники, що дозволяють оцінити реальний стан споживчого ринку (місткість, конкуренцію, контрагентів, рівень незадоволеного попиту, асортиментні зміни тощо).

Зовнішні чинники забезпечення ефективності діяльності торговельних підприємств – це неконтрольовані сили, які мають вплив на рішення менеджменту та їх дії, а також на внутрішню організаційну структуру та торговельні процеси.

Зовнішні чинники впливу на торговельні підприємства можна представити як сукупність трьох основних сфер: віддаленого, господарського та оперативного впливу.

Віддалений вплив складається із групи чинників, які беруть початок за межами діяльності торговельних підприємств. До них належать: соціальне середовище, правове середовище, державне середовище, політичне середовище, технологічне середовище, економічне середовище, ресурсне середовище тощо. Розглянемо кожен елемент віддаленого впливу на діяльність торговельних підприємств більш детально.

Соціальне середовище. Зростання чисельності населення, розвиток культури, освіти визначають характер та динаміку споживчого ринку; вимірювання потреб у кількості та якості благ, які споживаються (товарів та послуг), здорового способу життя, а у цілому – мотивація для зміни виробництва та збуту необхідної продукції та надання сервісу.

Правове середовище. Усі торговельні підприємства мають здійснювати господарську діяльність у межах юридичних норм і правил (регуляторна політика, дозвільна система, конкурентна політика тощо); важливого значення набуває дотримання чинного законодавства щодо захисту прав споживачів.

Державне середовище. Держава забезпечує ефективне функціонування торговельної сфери та створює відповідні економіко-організаційні умови. Необхідність втручання держави у діяльність торговельних підприємств виникає у разі порушення ними чинного законодавства.

Політичне середовище. Споживчий ринок знаходиться під впливом політичних подій і рішень; це стосується діяльності у сфері експорту та

імпорту товарів торговельними підприємствами, регулювання торговельного балансу та внутрішнього ринку товарів та послуг, встановлення митних ставок та зборів, квотування та ліцензування тощо.

Технологічне середовище. Динаміка попиту і пропозиції на ринку праці, ресурсів і фінансів впливає на темпи інноваційних процесів у технології торговельного процесу. Сили конкуренції стимулюють процес розвитку технологій у торгівлі.

Економічне середовище. Процеси реалізації продукції та надання послуг торговельними підприємствами знаходяться у конкретному зв'язку із економічним середовищем: рівнем зайнятості, платіжним балансом, темпами економічного росту тощо.

Ресурсне середовище. Проявляється в обмеженості ресурсів торговельних підприємств. Виникає необхідність визначення оптимального обсягу ресурсів для здійснення господарської діяльності суб'єктів торговельної сфери, а у разі збільшення додаткової потреби у ресурсах – забезпечити альтернативні варіанти їх залучення з мінімальними витратами та ризиком, при цьому забезпечивши отримання нормативного прибутку.

До господарського оточення відносять конкурентну позицію торговельних підприємств, образ споживача, ринок праці, інтереси контрагентів, відношення постачальників і кредиторів тощо.

До оперативного впливу відносять: суперництво між конкурентами, вхідні та вихідні бар'єри, загроза появи товарів-замінників, вплив постачальників та споживачів.

Таким чином, нами визначені внутрішні і зовнішні чинники впливу на діяльність торговельних підприємств та встановлена залежність між ними. Критерії забезпечення ефективної діяльності торговельних підприємств підтверджують важливість врахування чинників при здійсненні торговельного процесу та їх залежність між собою.

Враховуючи постійний вплив внутрішніх і зовнішніх чинників на діяльність торговельних підприємств, потребує розробки і запровадження механізм пристосування суб'єктів торговельної сфери до зміни економічної кон'юнктури споживчого ринку та зниження платоспроможного попиту споживачів. Такий механізм ґрунтується на врахуванні кожного елементу чинника та адаптації торговельних підприємств до різких змін умов господарювання у торгівлі. Це має бути забезпечено відповідним резервом ресурсів, які торговельні підприємства мають формувати (товарні запаси, персонал, грошові кошти, кредиторська заборгованість, цінні папери тощо).

Значення чинників зовнішнього середовища різко підвищується у зв'язку зі зростанням складності усієї системи суспільних відносин (соціальних, економічних, політичних тощо), тому виникає необхідність розробки економічної стратегії забезпечення стійкого розвитку

торговельних підприємств. Основними напрями реалізації економічної стратегії є підтримання товарного асортименту відповідно до потреб споживачів та їх платоспроможного попиту; запровадження сучасної програми лояльності для споживачів, яка орієнтована на заміщення товарної пропозиції через використання власних торговельних марок та утримання покупців; запровадження сучасного сервісу та диверсифікації послуг; застосування гнучкої системи ціноутворення послуг.

**Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розробок.** Отже, на діяльність торговельних підприємств в Україні впливає низка внутрішніх та зовнішніх чинників, умови та особливості функціонування залежать від організаційно-економічних важелів впливу на торговельну діяльність. Відповідно зазначені аспекти вимагають розробки і запровадження механізму пристосування суб'єктів торговельної сфери до зміни економічної кон'юнктури споживчого ринку та зниження платоспроможного попиту споживачів, а також економічної стратегії забезпечення стійкого розвитку торговельних підприємств. У подальшому потребує дослідження світового досвіду функціонування торговельних підприємств та врахування його у господарській діяльності суб'єктів торговельної сфери.

**Список літератури:** 1. *Безпарточний М.Г.* Напрями оптимізації господарської діяльності торговельних підприємств у сучасних умовах // Матеріали IV міжрегіональної науково-практичної конференції “Сучасні проблеми правової, політичної, економічної ситуації в Україні”. 10 грудня 2009 року. – Полтава: Міжрегіональна академія управління персоналом Полтавська філія, 2009. – С. 13-16. 2. *Безпарточний М.Г.* Дослідження сучасного стану та особливостей функціонування торговельних підприємств // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. Збірник наукових праць. – Одеса: ОДЕУ, 2010. – № 18 (19). – С. 59-67. 3. *Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: Монографія / За ред. О.О. Шубіна, Я.А. Гончарука.* – Донецьк-Львів: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с. 4. *Голошубова Н.* Роздрібна торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку // Економіка України. – 2008. – №9. – С. 74-86. 5. *Колчкова М.В.* Аналіз структури та тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі в Україні // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Вип. 1. Т. 1: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2007. – С. 282-289. 6. *Хурса М.* Перспективні напрями вдосконалення діяльності торговельного підприємства в умовах кризи // ВІСТІ. Діловий випуск. – Спілка споживчих товариств України, 27/03/2009. – С. 5-7.

*Надійшла до редколегії 19.11.10*