

повторюваність фаз, яка пов'язана щоразу з освоєнням інновацій. Період часу між граничними точками виникнення і припинення діяльності інноваційної активності підприємства прийнято називати його *життєвим циклом* і включають фази виникнення, розвитку, росту, зрілості і загасання. Для досягнення інноваційної активності важливо ідентифікувати фазу розвитку, визначити найбільш адекватні форми господарювання в кожному періоді життєвого циклу підприємства.

Література

1. Аниконов Н.Б. Инновации в системе экономического развития / Н.Б. Аниконов, А.Г. Бабков // Инновации. – 2004. – № 5. – С. 10-21.
2. Бутнік-Сіверський О. Теоретичні засади інтелектуальної інноваційної діяльності на підприємстві / О. Бутнік-Сіверський, А. Красовська // Економіка України. – 2004. – № 12. – С. 31-37.
3. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / В.О. Василенко, В.Г. Шматько. – К. : ЦУЛ, 2003. – 439 с.
4. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. – Харків: Константа, 2006. – 272 с.
5. Гохберг Л.М. Экономический рост без инноваций? / Л.М. Гохберг, И.А. Кузнецова // Экономика и жизнь. – 2000. – № 46. – С. 3-6.
6. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В.В. Зянько. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.
7. Онікієнко В.В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України / В.В. Онікієнко, Л.М. Ємельяненко, І.В. Терон. – К. : РВПС НАН України, 2006. – 480 с.
8. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки). Шляхом європейської інтеграції // Економіст. – Травень 2004. – № 5. – С. 29-48.

УДК 005.336.1:339.371 (477)

Колос І. В.,
аспірант¹

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ КРИТЕРІЇВ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Процеси трансформації економічної системи України вимагають від керівництва торговельних підприємств формування чітких і прозорих критеріїв й показників ефективності їх діяльності, оскільки на їх основі приймаються найбільш значущі управлінські рішення. Це потребує ретельного моніторингу внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства; взаємин з контактними аудиторіями тощо, для формування найбільш адаптованої збалансованої системи показників діяльності підприємства з формування стратегічних цілей сталого розвитку.

Кардинальна зміна основних пріоритетів і методів діяльності, підвищення ролі інноваційного й сталого розвитку, стан перманентної економічної кризи, зростання конкуренції, підвищення вимог до якості продукції, зростання значущості творчого підходу до управління торговельними підприємствами України обумовлюють перехід від класичних підходів з оцінки ефективності до більш адаптованих сучасним умовам господарювання зі зміною відповідних їй критеріїв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою проблеми формування оптимальної системи критеріїв ефективності функціонування торговельних підприємств займається велика кількість провідних світових вчених-економістів: О.М. Азарян, І. Ансофф, О.О. Бакунов, Б.В. Гринів, А.О. Єсютін, Р. Каплан, Л.О. Козерод, І.І. Мазурова, В.А. Распопова, А.А. Садеков, М. Туленков та інші. Зокрема, Л.О. Козерод [5] у своїх працях висвітлює першочергову необхідність розмежування критеріїв і показників ефективності функціонування торговельних підприємств; А.О. Єсютін [4] пропонує в якості узагальнюючого показника ефективності функціонування роздрібних торговельних мереж використовувати «ефект масштабу». О.М. Азарян [1] та І.І. Мазурова [2] висвітлюють

¹ Науковий керівник: Бакунов О. О. – к.е.н., професор

необхідність остаточного переходу до змішаних критеріїв і показників оцінки ефективності функціонування торговельних підприємств. Однак, у наукових розробках недостатня увага приділяється адаптації існуючих підходів до формування критеріїв ефективності функціонування у відповідності з сучасними умовами здійснення господарської діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування змісту основних критеріїв ефективності функціонування роздрібних торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка рівня ефективності функціонування та діагностика основних чинників впливу на неї є дуже важливою складовою системи управління торговельним підприємством, оскільки прийняті управлінські рішення безпосередньо впливають на процеси коливання рівня ефективності в перспективному періоді. У свою чергу, підвищення рівня ефективності торговельної діяльності є необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності та рентабельності підприємств у ринкових умовах господарювання.

Протягом останнього десятиліття відбулись кардинальні зміни в системі господарювання торговельних підприємств. Ринок став орієнтованим на споживача, з втратою принципу масовості, націлившись на індивідуальні потреби кожного покупця; розвиток економічної системи України йде шляхом використання ринкових законів; створюються умови, за яких забезпечення ефективності й стабільності комерційної діяльності стає можливим лише за рахунок найбільш повного задоволення запитів і потреб споживачів [1, с. 93]; значно зросли вимоги до якості продукції та післяпродажного сервісу; суттєво загострилась конкурентна боротьба; з'явилась досить велика кількість альтернативних шляхів досягнення конкурентних переваг, а також виникла реальна необхідність забезпечення соціального ефекту від діяльності, і за такої ситуації зазнала значних змін критеріальна база оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств.

Критерій – це головна ознака й визначальна міра вірогідності пізнання глибинного змісту поняття або процесу, відповідно до якої відбувається його оцінка.

З економічної точки зору, сутність критерію ефективності виявляється в якісній характеристиці ефективності, що дозволяє перейти до кількісного вираження її сутності [5, с. 150]. Правильно сформульований критерій має якомога повніше характеризувати зміст ефективності як економічної категорії, а також бути єдиним для всіх ланок суспільного виробництва чи господарської діяльності.

Процес визначення критеріїв ефективності функціонування пройшов еволюційний етап від прибутку та показників рентабельності й фінансової стійкості до показників ринкової вартості, як найважливішого синтетичного критерію ефективності роботи торговельного підприємства. Адже єдина мета, що спроможна узгодити всі підцілі діяльності – підвищення вартості бізнесу, що можливо за рахунок найбільш ефективного використання нематеріальних активів. У свою чергу, торговельний потенціал, матеріальний потік, прибуток й інші економічні показники діяльності торговельного підприємства будуть пропорційно відображатись в показнику його ринкової вартості.

Головною особливістю ринкової вартості на сьогодні є те, що вона не стільки пов'язана з матеріальною базою підприємства, скільки з діловою репутацією, персоналом, результатами інтелектуальної діяльності. Тому підприємства оцінюються значно вище ринкової вартості їх основного капіталу. Виходячи з цього, змінюються показники та критерії оцінки їх ефективності.

Проте, необхідно розмежовувати поняття «критерії» і «показники» ефективності. Оскільки критерій формує підхід до оцінки, а показники є безпосередніми інструментами цієї оцінки ефективності, прорахувавши які можна кількісно визначити ступінь ефективності використання ресурсів підприємства. Тобто критерій – це відображення критеріальних показників, які в цілому характеризують економічну та соціальну ефективність торговельних підприємств.

Наслідком перманентних кризових явищ в економіці є безперервний пошук більш ефективних організаційних структур управління підприємствами. У сучасних умовах найбільш перспективною формою організації торговельних підприємств є формування торговельних мережоподібних структур, оскільки вони мають певні переваги порівняно з відокремленими підприємствами та протягом останніх 5-6 років отримали бурхливий розвиток на території України.

Сутність терміну «роздрібна торговельна мережа» характеризується багатогранністю, проте, можна вважати, що вона найбільш чітко окреслена в роботі О.О. Бакунова та В.А. Распопової: «Роздрібна торговельна мережа – сукупність торговельних бізнес-одиниць, що розташовані на певній території з метою організації продажу товарів або послуг і найбільш якісного обслуговування покупців, і мають єдиний центр управління та спільні внутрішні й зовнішні параметри торговельного процесу» [3, с. 24].

На сьогодні, коли якісні характеристики продукції, умови надання транспортних і складських послуг та інші умови приблизно вирівнюються, то роздрібні торговельні мережі за рахунок кількості точок продажу здатні досягти «ефекту масштабу». Його отримання відбувається коли при збільшенні обсягу товарообігу та ринкової частки торговельної мережі, витрати на реалізацію одиниці продукції зменшуються. Однак, досягнення ефекту масштабу можливе лише за умови формування оптимальної підприємницької інфраструктури, яка буде забезпечувати безперервну та ритмічну роботу кожної торговельної точки.

Мережоподібне підприємство характеризується структурою принципово рівних і незалежних один від одного партнерів. Головне зусилля мережі спрямовується на збереження відмінностей між окремими партнерами за одночасного визнання ними колективних цінностей та прагнення досягти спільних цілей шляхом активного включення до процесу прийняття рішень. Роздрібна торговельна мережа є достатньо гнучкою структурою, що дає змогу підприємствам, які входять до неї, конкурувати між собою, залучати нових контрагентів, значно зменшувати витрати обігу і одночасно організовувати та координувати діяльність своїх членів. Мережоподібні підприємства об'єднують два протилежні принципи – конкуренцію і кооперацію.

В межах мережі кожна бізнес-одиниця спеціалізується на ключових для себе видах робіт, тобто на тих, що забезпечують їм конкурентні переваги. Інші функції передаються членам мережі – тим, що спроможні виконувати їх з найбільшою ефективністю. За такої організації ведення підприємницької діяльності перевага у використанні ресурсів досягається за рахунок того, що організація не має всіх необхідних ресурсів, а залучає активи інших членів мережі [8, с. 23-24]. Проте, незважаючи на значні переваги, торговельні мережі мають дві істотні проблеми – слабкість контролю за бізнес-процесами та значний ступінь залежності від сумісників.

Базова концепція критерію ефективності, що застосовується в межах роздрібних торговельних мереж об'єднує ресурсні та витратні критеріальні показники ефективності діяльності. Використання ресурсного критерію ефективності діяльності покликане вирішувати стратегічні цілі та завдання, а витратного – контролювати реалізацію тактичних цілей. При оцінці ефективності діяльності торговельного підприємства можна застосовувати показники використання окремих видів ресурсів, а також аналізувати ефективність в розрізі окремих напрямків діяльності.

У загальному вигляді ресурсна формула критерію ефективності діяльності торговельних підприємств характеризується відношенням кінцевого економічного результату діяльності до розміру сукупних ресурсів (оборотні кошти, витрати на оплату праці, основні засоби тощо).

Витратний критеріальний підхід до оцінки ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств має одну особливість: поточні витрати в формулі відображаються у повному обсязі, а ресурси – в основній їх частині, без урахування ресурсів сторонніх організацій, які досить важко кількісно вирахувати. У загальному вигляді витратна формула критерію ефективності характеризується відношенням результату господарської діяльності до поточних витрат (витрат обігу) за певний період [5, с. 150]. Проте сучасні динамічні ринкові умови відображають невиправданість використання лише двох критеріїв оцінки ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств. На сьогодні варто використовувати змішаний критерій при оцінці ефективності, а також критерії оцінки ефективності з позиції нематеріальних активів, які комплексно та в найбільшій мірі будуть відбивати кінцеві результати господарської діяльності.

Протягом останніх 3-4 років на перший план в оцінці ефективності виходять нематеріальні критерії (наявність прав і патентів на унікальні розробки; створення позитивного іміджу підприємства (гудвіл); критерій, що у динаміці відображує ступень задоволення потреб споживачів; створення унікального фірмового знаку, що підкреслюватиме інноваційність та першість підприємства на ринку тощо). Однак, ці критеріальні показники дуже важко кількісно оцінити, що створює певні труднощі під час розрахунку інтегрального критерію ефективності [7]. Більшість методів оцінки базуються на середньостатистичних чинниках діяльності, проте кожне підприємство діє у динамічних ринкових умовах і має певні як внутрішні, так і зовнішні особливості діяльності, що безпосередньо впливають на його діяльність. Тому, зіставлення двох ідентичних за складом продукції підприємств, що функціонують на одному ринку збуту, не є достатньо коректним. Якщо б нематеріальні критерії можна було б однозначно виміряти, то еталонним критерієм можна вважати збалансованість та інноваційність стратегічних цілей підприємства.

Дуже важливою складовою нематеріальних критеріальних показників ефективності є вартість гудвілу. Гудвіл — нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між ринковою та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей та рішень, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо. Його вартість не підлягає амортизації і не враховується під час визначення витрат платника податку, щодо активів якого виник такий гудвіл, тобто підвищення ефективності використання нематеріальних активів на сьогодні є пріоритетним критерієм покращення загальної ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств [6]. Зростання цього показника безпосередньо впливає на підвищення ринкової вартості бізнесу. У свою чергу, показник вартості бізнесу є найкращим критерієм ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств, оскільки максимізація вартості означає більш високий ступінь віддачі відносно рентабельності власного капіталу; значення показників вартості мають довгостроковий характер і базуються на розрахунку грошових потоків за певний інтервал часу, а ефективність управлінських рішень полягає у зіставленні грошових потоків за різні часові інтервали з коригуванням відповідно до ринкової кон'юнктури та можливих ризиків; враховується великий масив вихідних даних, що робить показники вартості більш інформативним критерієм ефективності функціонування підприємств.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, можна зробити наступні висновки:

1. Сучасні тенденції ведення бізнесу вимагають розробки та використання адаптованих концепцій з оцінки ефективності функціонування роздрібних торговельних підприємств. Відбувається поступовий перехід до обрання змішаних критеріїв ефективності, що найбільш повно відображують результати економічної та соціальної діяльності. На перший план починають виходити нематеріальні критерії оцінки ефективності функціонування підприємств, але їх поки що, через недостатність концептуальних досліджень, достатньо важко оцінити.

2. У теперішній час рівень адаптації відповідних критеріїв оцінки ефективності функціонування роздрібних торговельних підприємств до динамічних ринкових умов дуже незначний, оскільки відсутня чітка теоретична база їх використання і тільки великі підприємства мають або спроможні залучити відповідний кваліфікований управлінський персонал, що значно гальмує розвиток всієї ринкової інфраструктури держави.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є системне вивчення та адаптація теоретичних засад формування критеріїв оцінки ефективності функціонування роздрібних торговельних підприємств і підготовка комплексу рекомендацій з використання певних критеріїв у їх діяльності.

Література

1. Азарян О.М. Організація і технологія торгівлі / О.М. Азарян, Е.М. Локтєв. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 588 с.
2. Анализ эффективности деятельности предприятия: учебное пособие / И.И. Мазурова, Н.П. Белозерова, Т.М. Леонова, М.М. Подшивалова. – СПб.: СПбГУЭФ, 2010. – 113 с.
3. Бакунов О.О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку: монографія / О.О. Бакунов, В.А. Распопова. – Донецьк: Ноулідж, 2012. – 184 с.
4. Есютин А.А. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: Учеб. пособ. / А.А. Есютин, Е.В. Карпова. – М.: Кнорус, 2007. – 424 с.
5. Козерод Л.А. Экономика торгового предприятия : учеб. пособ. / Л.А. Козерод. – Хабаровск : ДВГУПС, 2012. – 175 с.
6. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13-17. – Ст. 112.
7. Сарилова О.А. Влияние нематериальных активов на эффективность деятельности предприятия на рынке / О.А. Сарилова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы междунар. заоч. науч. конф. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 187-189.
8. Тоцький В.І. Організаційний розвиток підприємства : навч. посіб. / В.І. Тоцький, В.В. Лаврененко. – К.: КНЕУ, 2005. – 247 с.

УДК 631.6.02: 631.11

Піняга Н.О.,
асистент кафедри
менеджменту організацій ім. Є. Храпливого
Львівський національний аграрний університет

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЇХ РОЗВИТКУ

Постановка проблеми. Ефективне та раціональне використання ресурсного потенціалу лежить в основі забезпечення сталого розвитку сільських територій, а також у свою чергу передбачає управління використання земель, лісів, водних ресурсів. Сучасна постановка проблеми на так званий сталий розвиток, проголошена у багатьох країнах світу, вимагає певних змін у всіх сферах господарювання та життя громадян.

Аналіз сучасних досліджень і публікацій. Над вирішенням проблем ефективного і раціонального використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств у контексті сталого їх розвитку працює багато вітчизняних і зарубіжних вчених-науковців. Зокрема, поставлені питання відображаються у працях таких вчених, як: В.В. Бобко, О.В. Рубай, І.І. Лукінова, В.В. Россохи, Н.Г. Міщенко, Т.О. Остапко, О.Л. Попова, В.В. Юрчишина, В.І. Герасимчук, О.М. Царенко. Сучасна