

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РІВНЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Методичний підхід до оцінки рівня стратегічного розвитку торговельного підприємства. В статті надано авторське визначення поняттю «розвиток»; обґрунтовано систему показників ефективності функціонування торговельного підприємства через встановлення етапів визначення рівня стратегічного розвитку. Запропоновано алгоритм розрахунку узагальнюючих та інтегральних показників ефективності функціонування підприємств торгівлі у поточному періоді. Встановлено можливий діапазон змін для значення показника, що характеризує рівень стратегічного розвитку торговельного підприємства та надано лінгвістичну оцінку напрямам стратегічного розвитку підприємства.

Ключові слова: стратегічний розвиток, торговельне підприємство, система показників, рівень ефективності функціонування, шкала значень.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економіки України особливої актуальності набуває проблема досягнення конкурентних переваг підприємств різних галузей, які забезпечують підвищення ефективності їх функціонування та прогресивний розвиток. Особливо це стосується торговельних підприємств, оскільки торгівля є однією з базових видів економічної діяльності, від рівня розвитку якої багато в чому залежить економічне піднесення кожного регіону та країни в цілому. За цих умов основними передумовами досягнення високого рівня ефективності підприємств торгівлі є гармонізація економічних інтересів підприємства з інтересами оточуючого середовища, що дає змогу побудувати на підприємстві стійку до загроз систему, яка спроможна забезпечувати реалізацію економічних інтересів, місії підприємства. Одним з центральних елементів такої системи є механізм визначення рівня ефективності функціонування та розвитку підприємства, призначенням якого є формування відповідних стратегічних напрямів, згідно з якими воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні питання стратегічного розвитку економіки в цілому і торговельної галузі, зокрема, знайшли своє відображення в дослідженнях таких учених: Ф.А.Важинського, В.В.Вітлицького, Г.Г.Галанця, О.Ю. Гусевої, В.І. Дробота, І.Г. Кириленка, А.В. Крисального, Ю.І. Кухарчука, А.С. Лисецького А.В. Мазуренка, Д.В. Маламуда, А.А. Садекова, М.І. Толкача, Л.В. Фролової, М.С. Хомяка та інших. Водночас ряд питань з формування методичного підходу до оцінки рівня стратегічного розвитку торговельного підприємства, який би надавав повну, достовірну та своєчасну інформацію для цілей управління, залишаються відкритими. Зокрема, серед них можна виділити такі: визначення системи показників оцінки та єдиного критерію ефективності функціонування підприємств з урахуванням специфіки торговельної діяльності; вибір методу оцінки та формування узагальнюючого показника стратегічного розвитку підприємства.

Постановка завдання. Метою даної статті є обґрунтування методичного підходу до оцінки рівня стратегічного розвитку торговельного підприємства.

© Фролова Лариса Володимирівна – доктор економічних наук, професор;

Литвинов Олександр Ігоревич – аспірант.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «розвиток» в науковій літературі визначають у декількох основних ракурсах: як процес, як сукупність змін та як результат. Так, Є.М. Коротков розглядає розвиток як сукупність змін, які ведуть до появи нової якості і зміцнення життєвості системи, її здатність чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища [9, с. 15]. Т.В. Куклінова визначає розвиток як процес, що розгортається в часі, з переходом з одного стану в інший, який характеризується наявністю якісних перетворень у цілому або появою якісно нових елементів, властивостей, характеристик, які визначають побудову й функціонування системи [9, с. 21].

Розвиток на рівні підприємства являє собою процес та результат цілеспрямованої управлінської діяльності, орієнтованої на довгостроковий період в економічному середовищі, що змінюється. Це всебічний процес зміни організації та її діяльності, адекватний умовам середовища та результуючий у нарощуванні або збереженні організаційної активності [5, с. 102]. На нашу думку, недоліком цього визначення є те, що автор не акцентує увагу на процесі позитивної зміни підприємства, бо негативна зміна стану – це не розвиток, а деградація, занепад, а відсутність зміни – стабільність.

Отже, розвиток в межах даного дослідження буде розглядатися як процес формування та реалізації прогресивних змін економічної діяльності підприємства, які призводять до утворення нових кількісних та якісних перетворень, елементів, властивостей, характеристик, здатних забезпечити ефективне функціонування підприємства у довгостроковій перспективі.

Основою визначення рівня стратегічного розвитку торговельних підприємств виступає система розрахункових показників, які характеризують, насамперед, стан та ефективність їх функціонування у поточному періоді. Результати дослідження свідчать про те, що більшість вчених-економістів [1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10] відмічають складність створення подібної системи, що можна пояснити наявністю різних видів та підходів до визначення поняття ефективності діяльності. Окрім того, показники ефективності мають враховувати галузеву специфіку підприємств, що досліджуються. Тому пропонується методичний підхід орієнтований, в першу чергу, на використання інформації, що міститься в зовнішній бухгалтерській, фінансовій та статистичній звітності конкретних торговельних підприємств. Причому, для підвищення об'єктивності процесу оцінки рівня ефективності функціонування та розвитку доцільно використовувати кількісні методи оцінки.

Отже, виходячи із сутності поняття «ефективність», під якою зазвичай розуміють співвідношення результатів до витрат або ресурсів підприємства, та, враховуючи специфіку торговельної діяльності [1, 4, 8], систему показників оцінки ефективності функціонування підприємств торгівлі пропонується будувати за трьома групами: показники, що характеризують кінцеві результати, витрати та використовувані ресурси.

Кінцеві результати підприємств торгівлі відбивають ефективність здійснення основної (торговельної) діяльності, тому до показників цієї групи були віднесені такі: рентабельність продажу, рівень торговельного доходу, комерційну рентабельність, частку прибутку від реалізації у торговельному доході.

Витрати торговельних підприємств пов'язані як з основною діяльністю, так й з фінансовою та іншою діяльністю. Тому й показники оцінки витрат характеризують ефективність окремих їх видів: витратовіддача поточних витрат, рівень витрат обігу, рентабельність операційних витрат, рівень витрат на оплату праці.

Здійснення торговельної діяльності потребує наявності різних видів ресурсів: фінансових, матеріальних, трудових та інших. Тому до показників ефективності використання цих ресурсів пропонується застосовувати такі показники: фондівіддача, товарооборотність, коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами, коефіцієнт автономії, продуктивність праці.

Запропонована система показників є базою для обґрунтування рівня ефективності функціонування та розвитку торговельного підприємства, який доцільно визначати за етапами, представлених на рис. 1.



Рис. 1. Етапи визначення рівня стратегічного розвитку торговельного підприємства

Другим етапом представленої схеми є безпосереднє визначення рівня ефективності функціонування торговельного підприємства (R_{eff}) та формування відповідних висновків. Для цього спочатку пропонується обрати базу порівняння часткових показників ефективності для подальшої їх стандартизації.

В якості нормативів (бази порівняння) доцільно використовувати граничні значення за кожним частковим показником. Причому, необхідно встановити границі залежно від характеру показника. Більшість з використовуваних показників ефективності можна назвати позитивними, оскільки зростання їх значень свідчить про позитивні тенденції у функціонуванні та розвитку торговельного підприємства та підвищенні рівня ефективності. Проте деякі із запропонованих показників (рівень витрат обігу, товарооборотність, рівень витрат на оплату праці) в даному випадку виступають як негативні, тобто зростання їх значень відображає негативні тенденції у функціонуванні та розвитку торговельного підприємства, та відповідно зниження ефективності. У зв'язку з цим, для цих груп показників доцільно використовувати наступні граничні значення:

- для позитивних показників - мінімально припустимі, тобто значення показників нижче граничних відображають зниження ефективності функціонування підприємства;

- для негативних показників - максимально припустимі, тобто значення показників вище граничних відображають також зниження ефективності функціонування підприємства.

В мінливих умовах зовнішнього середовища формування бази порівняння відбувається досить складно через відсутність необхідного обсягу і якості статистичних даних. Вибір бази порівняння доцільно здійснювати для кожного конкретного показника окремо в залежності від рівня організації планової роботи на підприємстві, тривалості його функціонування на ринку. Нормативи повинні відображати специфіку діяльності підприємств даної галузі, тобто характеризувати оптимальні для цієї галузі значення конкретних показників.

Дослідження економічної літератури з проблем формування нормативної бази для економічних показників [1, 2, 5, 9, 10] дозволило виділити такі напрями у визначенні бази порівняння часткових показників ефективності функціонування підприємств торгівлі:

– порівняння з середньогалузевими значеннями окремих показників за певний період (рентабельність продажу, комерційна рентабельність, рівень торговельного доходу, рівень витрат обігу, рівень витрат на оплату праці, рентабельність операційних витрат);

– порівняння з нормативними даними, що наведені в економічній літературі для оцінки фінансового стану підприємства (товарооборотність, коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт автономії, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами);

– порівняння з найкращими показниками підприємств торгівлі (з еталоном), що приймають участь у дослідженні (витратовіддача поточних витрат, фондівіддача, продуктивність праці, частка прибутку в торговельному доході);

– порівняння з даними за попередній період (майже всі показники).

На наступному етапі розрахунку рівня ефективності функціонування торговельного підприємства пропонується здійснювати порівняння фактичних значень часткових показників ефективності з їх нормативними значеннями, що дозволяє визначити спрямованість (або вектор) даних показників в аналізованому періоді. За підсумками виконання даної процедури показники розподіляються за двома групами: показники, що підвищують, і ті, які знижують рівень ефективності функціонування підприємства. Порівняння доцільно проводити окремо для позитивних і негативних показників в наступному порядку:

- для позитивних показників: якщо фактичне значення менше за нормативне (мінімальне), то даний показник потрапляє в групу показників, що знижують рівень ефективності функціонування; якщо фактичне значення більше або співпадає з нормативним (мінімальним) - в групу показників, що підвищують рівень ефективності функціонування;

- для негативних показників: якщо фактичне значення більше за нормативне (максимальне), то даний показник потрапляє в групу показників, що знижують рівень ефективності функціонування; якщо фактичне значення менше або співпадає з нормативним (максимальним) - в групу показників, що підвищують рівень ефективності функціонування;

- для двох груп показників ефективності: якщо фактичне значення показника менше 0, то ступінь досягнення нормативу приймається рівною 0.

У кожному конкретному випадку розраховуються відхилення значень часткових показників ефективності від граничних значень, що характеризує ступінь впливу позитивних і негативних чинників на рівень ефективності функціонування торговельного підприємства.

Розрахунок значень узагальнюючих показників ефективності функціонування торговельного підприємства передбачає оцінку загального впливу позитивних і негативних чинників на рівень ефективності. Для цих цілей слід розрахувати значення узагальнюючих показників за кожною виділеною групою часткових показників, які відображатимуть, за своєю сутністю, «силу» і «слабкість» підприємства в підтримці нормального рівня ефективності функціонування. Значення узагальнюючих показників пропонується розраховувати за наступними формулами [6, с. 125-127]:

$$R_{\uparrow eff} = \frac{\sum_{i=1}^n \left(\frac{\alpha_i^{\Pi} - \alpha_{\min}}{\alpha_{\min}} + \frac{\alpha_{\max} - \alpha_i^H}{\alpha_{\max}} \right)}{n} \quad (1)$$

де $R_{\uparrow eff}$ - узагальнюючий показник за групою часткових показників ефективності, що підвищують рівень ефективності функціонування; $\alpha_i^{\Pi}, \alpha_i^H$ - фактичні значення часткових показників ефективності (відповідно позитивних і негативних), що входять до групи показників, які підвищують рівень ефективності функціонування; $i = 1, 2, \dots, n$; n - кількість часткових показників ефективності в даній групі; α_{\min} - мінімальне граничне значення для позитивного показника; α_{\max} - максимальне граничне значення для негативного показника.

$$R_{\downarrow eff} = \frac{\sum_{j=1}^m \left(\frac{\beta_{\min} - \beta_j^{\Pi}}{\beta_{\min}} + \frac{\beta_j^H - \beta_{\max}}{\beta_{\max}} \right)}{m} \quad (2)$$

де $R_{\downarrow eff}$ - узагальнюючий показник за групою часткових показників ефективності, що знижують рівень ефективності функціонування; β_j^{Π}, β_j^H - фактичні значення часткових показників ефективності (відповідно позитивних і негативних), що входять до групи показників, які знижують рівень ефективності функціонування; $j = 1, 2, \dots, m$; m - кількість часткових показників ефективності в даній групі; β_{\min} - мінімальне граничне значення для позитивного показника; β_{\max} - максимальне граничне значення для негативного показника.

Інтегральний показник ефективності (Z_{eff}), на думку авторів, повинен відображати можливості торговельного підприємства з підтримки та підвищення рівня ефективності функціонування (тобто своєрідний «запас міцності») для забезпечення розвитку підприємства в стратегічній перспективі, тому він розраховується як співвідношення значень узагальнюючих показників за наступною формулою:

$$Z_{eff} = \frac{R_{\uparrow eff}}{R_{\downarrow eff}} \quad (3)$$

У загальному випадку значення Z_{eff} характеризуватиме рівень ефективності функціонування торговельного підприємства на даний момент часу (статична оцінка) у порівнянні зі встановленими нормативами, а також положення цього підприємства в галузі й серед досліджуваної сукупності підприємств.

Набуте розрахунковим шляхом значення інтегрального показника ефективності функціонування необхідно порівняти зі шкалою значень, щоб одержати однозначну відповідь про її рівень. Виходячи з економічного змісту показника Z_{eff} , високий рівень

ефективності функціонування повинен характеризувати показник, значення якого перевищує одиницю. Якщо Z_{eff} приблизно дорівнює одиниці або наближається до неї, то можна говорити про середній рівень ефективності функціонування. Ситуація, коли інтегральний показник нижче одиниці, є свідченням низької ефективності функціонування торговельного підприємства.

Грунтуючись на розробках з оцінки та інтерпретації інтегральних показників діяльності підприємств, апробованих вітчизняною і зарубіжною практикою [3, 5, 6, 7, 9, 10], пропонується використовувати наступну деталізовану оцінну шкалу значень рівня ефективності функціонування торговельного підприємства (табл. 1):

Таблиця 1 - Характеристика шкали значень для визначення рівня ефективності функціонування торговельного підприємства

Інтервали значень Z_{eff}	Характеристика рівня ефективності функціонування
$Z_{eff} \geq 2,51$	дуже високий
$2,1 \leq Z_{eff} \leq 2,5$	високий
$1,51 \leq Z_{eff} \leq 2,0$	достатній
$1,1 \leq Z_{eff} \leq 1,5$	середній
$0,51 \leq Z_{eff} \leq 1,0$	гранично припустимий
$0,26 \leq Z_{eff} \leq 0,5$	низький
$0,0 \leq Z_{eff} \leq 0,25$	критично низький

Для характеристики подальшого стратегічного розвитку торговельного підприємства недостатньо визначити рівень ефективності його функціонування на конкретний момент часу. Необхідно проаналізувати особливості динаміки інтегрального показника ефективності в досліджуваному періоді. Приведення початкових вартісних показників, а також нормативів, до порівняного вигляду дозволяє порівнювати рівні ефективності функціонування за різні періоди між собою і, отже, виявляти тенденції зміни даних інтегральних показників. Відповідно з'являється можливість оцінки характеру стратегічного розвитку окремих підприємств за різні періоди, а також порівняння динаміки Z_{eff} аналізованих підприємств.

На наступному етапі рекомендується провести факторний аналіз досягнутого рівня ефективності функціонування за рахунок оцінки відносних відхилень значень часткових параметрів від нормативів і обліку приналежності конкретного показника до тієї або іншої групи ефективності функціонування в даному періоді. На основі аналізу факторів можна визначити, які можливості та резерви існують у підприємства для подальшого розвитку.

На заключному етапі пропонується визначити рівень та основні напрями стратегічного розвитку торговельного підприємства на основі розрахунку індексів зміни інтегральних показників ефективності функціонування підприємства за формулою:

$$I_{Z_{eff}} = \frac{Z_{eff}^{\phi}}{Z_{eff}^{\delta}} \quad (4)$$

де $I_{Z_{eff}}$ - рівень стратегічного розвитку торговельного підприємства; $Z_{eff}^{\phi}, Z_{eff}^{\delta}$ - відповідно фактичний та базисний інтегральний показник ефективності функціонування торговельного підприємства.

В даному випадку в якості базисного значення інтегрального показника ефективності функціонування торговельного підприємства пропонується використовувати або найкраще значення рівня ефективності для даного підприємства за ряд періодів, або ж

значення показника, що передує фактичному періоду. Це дозволить підвищити об'єктивність оцінки стратегічного розвитку торговельного підприємства та визначити його напрям.

Значення показника, що характеризує рівень стратегічного розвитку торговельного підприємства, за своєю економічною суттю може бути більше, менше чи приблизно дорівнюватиме одиниці. Звідси напрями стратегічного розвитку підприємства можна інтерпретувати таким чином [8, с. 89]: $I_{Z_{eff}} > 1$ - прогресивний розвиток; $I_{Z_{eff}} = 1$ - стабільний розвиток; $I_{Z_{eff}} < 1$ - регресивний розвиток.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, запропонований методичний підхід до оцінки рівня стратегічного розвитку торговельного підприємства має комплексний характер; орієнтований на відкриті (достатньо доступні) офіційні бухгалтерську і статистичну інформацію; враховує галузеву специфіку торговельної діяльності; має порівняно простий і наочний порядок проведення розрахунків та інтерпретації одержаних результатів; заснований на використанні кількісних методів оцінки, що підвищує об'єктивність одержаних результатів.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження у даному напрямі націлені на обґрунтування стратегій розвитку торговельного підприємства у відповідності до визначеного рівня ефективності функціонування та напрямів стратегічного розвитку.

Література

1. Бакунов О. О. Обґрунтування пріоритетів стратегічного розвитку роздрібних торговельних мереж / О. О. Бакунов, В. А. Распопова // Європейський вектор економічного розвитку : зб. наук. пр. – Вип. 2(9). – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2010. – С. 19-30.
2. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 77-84.
3. Власова Н. О. Економіко-організаційні особливості розвитку роздрібної торгівлі хлібом та хлібопродуктами : монографія / Н. О. Власова [та ін.]. – Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2009. – 244 с.
4. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку : монографія / [Шубін О.О., Гончарук Я.А., Садеков А.А.] ; за ред. О.О. Шубіна, Я.А. Гончарука. – Донецьк-Львів: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.
5. Гросул В. А. Формування стратегії економіко-соціального розвитку підприємства / В. А. Гросул // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Х. : ХДУХТ, 2007. – Вип. 2(6). – Т. 1. – С. 100-106.
6. Зорін Є. О. Методичний підхід до формування інформаційної бази оцінки витрат підприємств торгівлі / Є. О. Зорін // Сталій розвиток економіки : Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – Хмельницький : УЕП. – № 11. – 2012. – С. 124-131.
7. Сичова Н. Формування стратегії соціального розвитку підприємств торгівлі / Н. Сичова // Вісник КНТЕУ. – К., 2009. – № 3. – С. 32-40.
8. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації : монографія / І. В. Смолін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 344 с. (141).
9. Тимошук М. Р. Планування соціально-економічного розвитку підприємств : монографія / М. Р. Тимошук, О. Є. Кузьмін, Р. В. Фещур, Р. В. Шуляр, Н. Ю. Подольчак. – К. : УБС НБУ, 2007. – 449 с. (16).
10. Фролова Л. В. Матрична модель діагностики ефективності управління фінансовими результатами / Л. В. Фролова, Л. В. Семерунь // Вісник ДонНУЕТ. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – № 3(47). – С.187-195.