

Черняева А. А.

Межрегиональная академия управления персоналом, г. Киев

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

В статье выявлены роль и значение информации для процесса управления расходами и предприятия в целом. Рассмотрены сущность и составляющие элементы информационного обеспечения предприятия. На основе определения содержания процесса управления расходами дано определение понятия «информационное обеспечение управления расходами предприятия». Предложена концептуальная схема информационного обеспечения управления расходами предприятия на основе трех взаимосвязанных блоков.

Ключевые слова: концепция информации, информационное обеспечение, управление расходами, информационный цикл, потенциал оптимизации расходов.

УДК 658.011

Чорна М. В.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Дядін А. С.

Харківський національний університет внутрішніх справ

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті запропоновано та обґрунтовано методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, який передбачає проведення процедури зонування на основі матриці, кожен сегмент якої характеризує рівень ефективності за двома основними векторами. Представлено сукупність необхідних елементів інформаційного та математичного інструментарію процесу оцінювання, а саме принципів, критеріїв, показників, методів нормування та оцінки. Обґрунтовано метод формалізованого нормування показників з урахуванням кількісного діапазону можливих значень.

Ключові слова: ефективність, підприємницька діяльність, роздрібна торгівля, підприємство, методичний підхід, оцінка, зонування.

Постановка проблеми. Соціально-економічна нестабільність та динамічність економічної ситуації в країні, що насамперед пов'язано з наслідками фінансової кризи, призвели до значних диспропорцій у всіх сферах суспільного та економічного життя. Дослідження ефективності функціонування соціально-економічних систем, пошук напрямів та можливостей її підвищення завжди привертала увагу вчених різних наукових сфер діяльності. Притаманна сучасному етапу розвитку національної економіки висока інтенсивність конкуренції у сфері роздрібної торгівлі зумовлює необхідність швидкої адаптації торговельних підприємств та своєчасного реагування на вимоги ринку. В умовах клієнтоорієнтованого середовища ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначається не лише здатністю реалізовувати товари, а й можливістю задоволення вимог та забезпечення гармонізації інтересів (забаганок) споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням аналізу й оцінки ефективності діяльності підприємств присвячено багато праць вітчизняних й зарубіжних авторів. Так, дослідженням цих проблем займалися відомі вчені-економісти І.М. Бойчик, О.О. Гетьман, І.В. Ковальчук, С.Ф. Покропівний, В.М. Шаповал, Р. Солоу та ін. Особливий внесок у розвиток теорії ефективності підприємницької діяльності у сфері торгівлі зробили такі вчені-економісти, як В.В. Апопій, І.В. Височин, А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, В.А. Павлова та ін. Їхні зусилля були спрямовані на уточнення понятійно-категоріального апарату, розроблення науково-методичного підґрунтя оцінки ефективності діяльності підприємств торгівлі тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасних наукових дослідженнях існує значна кількість методів оцінки ефективності підприємницької діяльності, які майже неможливо об'єднати в окремі групи. Це пов'язано з широким спектром сучасного методологічного інструментарію оцінювання будь-якої економічної категорії, що дає змогу поєднувати різні методи під час розроблення єдиного комплексного методичного підходу.

Проте висока динамічність розвитку вітчизняного ритейлу, значні трансформаційні зміни національної економіки потребують удосконалення наявного методичного забезпечення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з урахуванням нових реалій.

Мета статті полягає в обґрунтуванні методичного інструментарію оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності роздрібно-торгівельного підприємства, який базується на застосуванні метода зонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методика зонування ефективності підприємницької діяльності підприємств роздрібно-торгівлі передбачає проведення процедури зонування на основі матриці, кожен сегмент якої характеризує рівень ефективності за двома основними векторами. Визначені вектори відповідають установленим критеріям ефективності підприємницької діяльності саме в роздрібній торгівлі: прибутковості (традиційно для будь-якої підприємницької діяльності, яка носить комерційний характер) та відповідності (ураховує специфіку ритейла, пов'язану з безпосереднім контактом із кінцевим

споживачем). Алгоритмізація технології зонування ефективності підприємницької діяльності підприємств роздрібною торгівлі представлена на рис. 1.

Етап 1. Формування методичного інструментарію оцінки. Основним завданням даного етапу є визначення необхідних елементів інформаційного та математичного інструментарію процесу оцінювання, а саме принципів, критеріїв, показників, методів нормування та оцінки.

Етап 2. Формування принципів оцінки. Завданням даного етапу є виокремлення та обґрунтування принципів оцінки ефективності підприємницької діяльності в торгівлі залежно від особливостей об'єкта дослідження.

Принципи – це основні керівні ідеї, які відображують вимоги об'єктивних закономірностей розвитку об'єкту дослідження або управління, які здійснюються шляхом аналізу навколишньої дійсності та практичного досвіду [1]. Визначення принципів дослідження та оцінки будь-якої економічної категорії займає важливе місце у сучасних дослідженнях. При цьому галузеві особливості об'єкта дослідження трансформують сукупність наявних принципів аналізу соціально-економічних систем до певного більш прийняттого переліку.

«Філософія дала науці найбільш загальні принципи, що формулюються на основі певних категорій, проте і кожній науці та її окремій предметній області філософські принципи набувають свого змістовного наповнення та доповнюються з урахуванням конкретних результатів окремих наук, їх своєрідних методів» [2, с. 97–98].

Слід зазначити, що принципи оцінки повинні бути адекватними для кожного елементу інструментарію оцінки відповідно до їх цільової спрямованості, тому під час дослідження принципи було виділено окремо для формування системи показників, інформаційної бази та безпосередньо для методичного підходу до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібною торгівлі шляхом зонування.

Етап 3. Формування системи показників оцінки. Даний етап є одним із найважливіших під час оцінки будь-якого економічного об'єкту. Вибір показників для кількісної оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі повинен здійснюватися на базі комплексного підходу та відображувати можливість урахування різних аспектів функціонування підприємств торгівлі.

Особливої важливості в межах даного етапу набуває формування такої системи показників, яка б відповідала визначеним критеріям за векторами зонування ефективності, а саме показники оцінки за вектором прибутковості підприємницької діяльності $F_{EP}(V_i)$ та показники оцінки за вектором її відповідності $F_{EB}(V_j)$.

Питанням оцінки ефективності економічної системи присвячено значну кількість наукових праць та розробок. При цьому різні науковці пропонують розглядати та оцінювати ефективність по-різному – як окремого показника (індикатора, складника) у системі комплексної оцінки іншої категорії, так і як результуючу інтегральну функцію.

Прибутковість підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначається прибутковістю операційної діяльності (яка аргументує результативність діяльності підприємства за основною функцією) та стабільністю фінансового стану (яка відбиває фінансові аспекти стабільності функціонування підприємства).

До кількісних показників, які характеризують прибутковість операційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі, доцільно віднести такі специфічні галузеві показники рентабельності, як чистий прибуток на 1 м² торговельної площі; індекс товарообороту на 1 м² торговельної площі; рентабельність товарообороту; рентабельність трудових ресурсів.

Чистий прибуток є одним з основних індикаторних показників діяльності підприємства, його значення визначає успішність діяльності будь-якого суб'єкта господарювання в умовах діючої системи оподаткування. Однак наявність чистого прибутку за певний період дає можливість оцінити прибутковість лише за окремо взятим часовим лаг. Розглядаючи підприємницьку діяльність як таку, що здійснюється систематично тобто протягом досить тривалого періоду, вважаємо за доцільне як показник оцінки її прибутковості використовувати приріст (зміну) чистого прибутку на 1 м² торговельної площі, оскільки:

- застосування під час оцінки значення приросту надає можливість проаналізувати результати діяльності підприємства у динаміці тобто за тривалий період часу;

- співвідношення приросту чистого прибутку саме до торговельної площі забезпечує можливість рівноцінної оцінки для різних за розміром підприємств, адже навіть невелике підприємство з порівняно невеликим прибутком у змозі прибутково працювати та конкурувати на ринку.

Підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі пов'язана передусім із виконанням основної функції торговельних підприємств, які виступають у ролі посередників, унаслідок чого відбувається передача продукції від виробників до споживачів. Це знаходить відбиття в показниках товарообороту, який кількісно відображує результативність торговельного підприємства щодо задоволення потреб та вимог споживачів.

«Товарооборот виступає основною категорією операційної діяльності підприємства, відображуючи важливий кінцевий результат його господарської діяльності, поряд із такими показниками, як дохід (виручка) від реалізації продукції, дохід (виручка) від надання послуг, дохід (виручка) від виконання робіт» [2, с. 37–38]. Тобто товарооборот є основним (ключовим) фактором забезпечення необхідного обсягу прибутковості підприємства.

Саме тому наступним показником за критерієм ефективності операційної діяльності є індекс товарообороту на 1 м² торговельної площі. При цьому врахування торговельної площі під час оцінки зумовлене тим, що це відносно незмінна величина та є головною ознакою формату підприємства торгівлі.

Рентабельність товарообороту як відносна характеристика прибутковості діяльності торговельного підприємства відбиває співвідношення прибутку з обсягом реалізованої продукції.

Рентабельність персоналу дає змогу кількісно оцінити ефективність використання трудових ресурсів, оскільки вони є важливим складником потенціалу будь-якого підприємства.

До основних показників, які характеризують фінансовий стан підприємства роздрібною торгівлі, традиційно належать такі: коефіцієнт автономії; коефіцієнт покриття; рентабельність витрат на збут; рентабельність власного капіталу.

Дослідженню фінансового стану підприємства присвячено багато наукових праць. Значний внесок у розв'язання проблеми оцінки фінансового стану підприємств торгівлі за сучасних умов розвитку економіки України зробили такі відомі вчені,

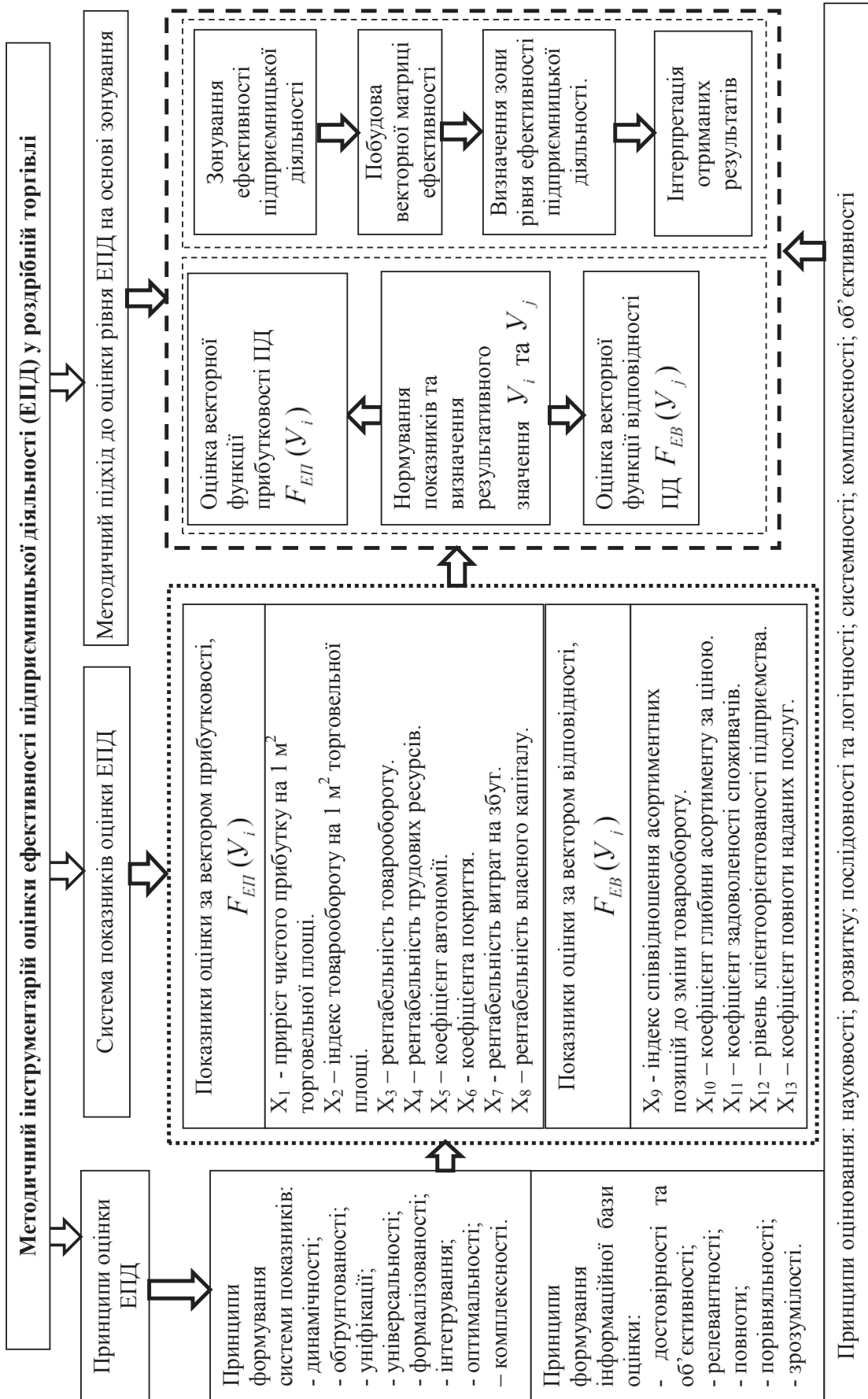


Рис. 1. Структурно-алгоритмічна схема технології зонування ефективності підприємницької діяльності

як А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Т.Е. Унковська та ін. Переважна більшість дослідників головним критерієм оцінки фінансового стану підприємства вважають показники фінансової стійкості.

Серед найбільш розповсюджених показників фінансової стійкості виділяються коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, коефіцієнт ефективності використання активів, коефіцієнт ефективності використання власного капіталу, коефіцієнт відношення необоротних і оборотних активів.

Незважаючи на значну кількість показників фінансової стійкості, найбільш розповсюдженим є коефіцієнт автономії. Також зазначимо, що оцінку ефективності недоцільно перенавантажувати коефіцієнтами, які частково дублюються. Оскільки динаміка чистого прибутку має відображення у попередніх показниках, то серед коефіцієнтів фінансової стійкості нами було обрано саме коефіцієнт автономії. Він показує частку власного капіталу в загальному обсязі фінансування активів підприємства та визначається як співвідношення власного капіталу до загального обсягу активів. При цьому існують різні погляди щодо нормативного значення коефіцієнту автономії: $\geq 0,6$ [3], $\geq 0,7$ [4]. Відповідно до Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фактивного банкрутства чи доведення до банкрутства, нормативним значення коефіцієнта автономії є значення $> 0,5$ [5]. При цьому науковці у сфері торгівлі визначають нормативне значення коефіцієнта автономії на рівні $\geq 0,5$ [6, с. 81; 7, с. 96].

Коефіцієнт покриття під час оцінки ефективності має суттєве значення, оскільки характеризує співвідношення оборотних активів та поточних зобов'язань підприємства. Для підприємств роздрібною торгівлі прийнятним є значення даного показника в межах 1–1,5 [7, с. 95]. При цьому низьке значення показника може свідчити про високий рівень фінансового ризику внаслідок неспроможності підприємства покривати поточні зобов'язання. Навпаки, досить високе значення коефіцієнта покриття ($> 1,5$) відбиває нераціональність структури капіталу підприємства.

Другим вектором зонування ефективності підприємницької діяльності в торгівлі є її відповідність різноманітним вимогам і очікуванням споживачів із позиції їх задоволеності.

Першим показником оцінки за визначеним вектором є індекс співвідношення асортиментних позицій до зміни товарообороту. Основним завданням даного показника є виявлення співвідношення динаміки та оновленості асортименту. При цьому важливо відзначити, що оцінку ефективності асортиментної політики (коефіцієнт глибини та широти асортименту) у даному контексті проводити не має потреби. Оскільки різноманітний асортимент у роздрібній торгівлі в сучасній ринковій орієнтації вже не є критерієм успішної діяльності, його доцільно розглядати як константу, без якої саме існування торгівлі стає неможливим.

Саме тому пропонується оцінювати асортимент із позиції цінового діапазону (коефіцієнт глибини асортименту за ціною). Даний коефіцієнт характеризує співвідношення кількості асортиментних позицій, які мають широкий діапазон ціни, до загальної кількості асортиментних позицій та дає змогу оцінити здатність задовольняти споживачів із різними фінансовими можливостями та ефективність маркетингової підтримки.

Наступні два коефіцієнти (коефіцієнт задоволеності споживачів та рівень клієнтоорієнтованості підприємства) пропонується аналізувати виключно з позиції споживачів, оскільки саме споживачі є визначальним фактором існування торговельного підприємства. Це зумовлює доцільність застосування для визначення цих показників таких методів, як анкетування, бальної та рейтингової оцінки тощо. При цьому коефіцієнт задоволеності споживачів запропоновано визначати як відношення зміни позитивних та негативних відгуків за визначений період часу. Рівень клієнтоорієнтованості підприємства, навпаки, відбиває перелік найважливіших умов для споживачів під час здійснення купівлі.

Останнім показником оцінки є коефіцієнт повноти наданих послуг, який відбиває динаміку впровадження (інноваційних) підприємством послуг.

Етап 4 передбачає нормування показників та визначення результативного значення V_i та U_j . Економічна сутність основних векторів зонування передбачає оцінку як кількісних, так і якісних показників. Окрім того, багатоплановість оцінки приводить до необхідності врахування різних за своїми кількісними параметрами показників, тому для формалізованого нормування показників необхідно їх трансформувати до єдиного кількісного значення.

«Формалізація – відзеркалення явища або предмета у знаковій формі будь-якої штучної мови та вивчення цього явища чи предмета шляхом операцій із відповідними знаками. Під час формалізації замість суджень про об'єкти дослідження оперують символами (формулами), які замінюють виволоювання про властивості предметів та їх зв'язків» [8, с. 43].

Основна вимога до нормування показників – нормативне значення, яке є точкою відліку під час установлення позитивної/негативної тенденції. Таким значенням може бути як загальноприйняте нормативне значення, наприклад для більшості фінансових коефіцієнтів, так і максимальне/мінімальне значення показника по групі підприємств, які аналізуються. Логікою такого методу є можливість проведення рейтинговості підприємств без використання коефіцієнтів вагомості.

Для більш повної синтетичної деталізації всі показники оцінки доцільно поділити на такі групи.

1. Показники, які за своїм економічним змістом можуть мати як від'ємне, так і невід'ємне значення. При цьому основним завданням нормування таких показників є можливість виключення з рейтингової оцінки підприємств із від'ємним значенням, оскільки це свідчить про негативну тенденцію ефективності їх функціонування. Нормування таких показників (X_1, X_3, X_4, X_7, X_8) базується на використанні абсолютних значень показників та має такий загальний вигляд:

$$V_i = \frac{X_i + |X_i|}{2 * D_{\max}^{sp}}, \begin{cases} \text{якщо } X_i < 0 \Rightarrow V_i = 0; \\ \text{якщо } X_i > 0 \Rightarrow V_i \in [0; 1]; \\ \text{якщо } X_i = 0 \Rightarrow V_i = 0. \end{cases} \quad (1)$$

де V_i – нормоване результативне значення змінної; – натуральне (фактичне) значення змінної; D_{\max}^{sp} – максимальне (найкраще) значення показника X_i в групі підприємств.

Першочерговим завданням такого нормування є можливість математичного виключення з рейтингової оцінки підприємств, які мають від'ємне

значення показника, за допомогою додавання його абсолютного значення, тобто якщо $X_i \leq 0$, то значення чисельника дорівнює 0 і підприємство за даним економічним індикатором не отримує вагомості. Якщо ж $X_i > 0$, то нормоване результативне значення змінної може варіюватися в діапазоні від 0 до 1. За таким методом нормування підприємство з найкращим значенням показника матиме значення $Y_i = 1$, а інші підприємства за зменшенням відповідно до значень їх показників.

2. Друга група показників на відміну від попередніх має обмеження у вигляді інтервалу між мінімальним та максимальним значенням (X_6). У цьому разі нормоване результативне значення визначаємо за формулою:

$$Y_i = \frac{(D_{\max} - X_i + |D_{\max} - X_i|) * (X_i - D_{\min} + |X_i - D_{\min}|)}{D_{\max} X_i}, \quad (2)$$

$$\begin{cases} \text{якщо } X_i = D_{\min} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i = D_{\max} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i < D_{\min} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i > D_{\max} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } D_{\min} < X_i < D_{\max} \Rightarrow Y_i \in]0; 1[. \end{cases}$$

де Y_i – нормоване результативне значення змінної; X_i – натуральне (фактичне) значення змінної; D_{\min}, D_{\max} – відповідно мінімально та максимальні допустимі нормативні значення показника X_i .

3. Показники, які мають кількісне мінімальне обмеження (X_5):

$$Y_i = \frac{X_i + |X_i|}{2 * D_{\min}}, \quad \begin{cases} \text{якщо } X_i < D_{\min} \Rightarrow Y_i < 1; \\ \text{якщо } X_i > D_{\min} \Rightarrow Y_i > 1; \\ \text{якщо } X_i = D_{\min} \Rightarrow Y_i = 1; \\ \text{якщо } X_i < 0 \Rightarrow Y_i = 0. \end{cases} \quad (3)$$

де D_{\min} – мінімально допустиме нормативне значення показника X_i .

4. Показники, які за своїм економічним змістом відбивають динаміку зміни показника (X_2, X_9, X_{10}, X_{13}):

$$Y_i = \frac{X_{i(n)}}{X_{i(n-1)} * D_{\max}^{ep}}, \quad (4)$$

де $X_{i(n)}, X_{i(n-1)}$ – відповідно фактичне значення змінної у поточному (n) та попередньому ($n-1$) періодах;

D_{\max}^{ep} – максимальне (найкраще) значення показника X_i у групі підприємств.

Етап 5. Оцінка векторної функції прибутковості підприємницької діяльності визначається за формулою:

$$F_{EP}(Y_i) = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{k}, \quad (5)$$

де $F_{EP}(Y_i)$ – функція прибутковості підприємницької діяльності;

Y_i – нормоване результативне значення змінної X_i ;

k – кількість нормованих результативних значень функції.

Етап 6. Оцінка векторної функції відповідності підприємницької діяльності визначається за формулою:

$$F_{EB}(Y_j) = \frac{\sum_{j=1}^m Y_j}{m}, \quad (6)$$

де $F_{EB}(Y_j)$ – функція відповідності підприємницької діяльності;

Y_j – нормоване результативне значення змінної X_j ;

m – кількість нормованих результативних значень функції.

Найбільш ефективній підприємницькій діяльності будуть відповідати значення $F_{EP}(Y_i), F_{EB}(Y_j) \rightarrow 1$, оскільки всі нормовані результативні значення мають кількісно встановлений діапазон.

Етап 7. Зонування ефективності підприємницької діяльності передбачає побудову векторної матриці ефективності підприємницької діяльності (рис. 2), визначення зони рівня ефективності та інтерпретацію отриманих результатів.

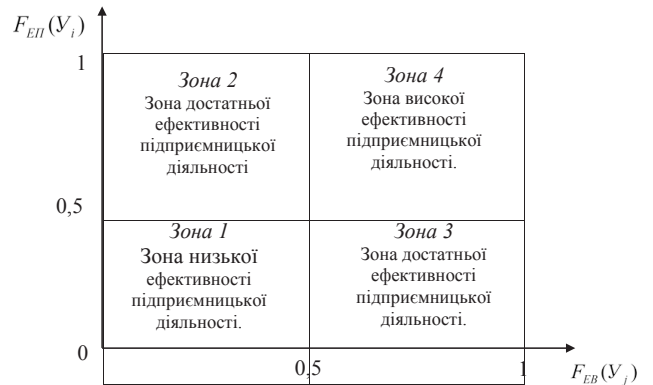
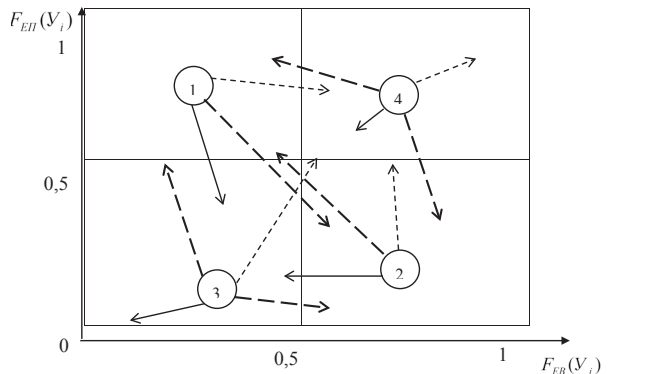


Рис. 2. Векторна матриця рівня ефективності підприємницької діяльності

Визначення зони рівня ефективності підприємницької діяльності підприємства та інтерпретацію отриманих результатів наведено у табл. 1.

Після визначення позиції рівня ефективності підприємницької діяльності в межах окремих зон матриці зонування важливо встановити можливу траєкторію його зміни (рис. 3).



— Підприємство не впроваджує заходи щодо підвищення рівня ефективності підприємницької діяльності.
 - - Підприємство нерационально спрямовує свій потенціал на покращення ефективності підприємницької діяльності.
 ···· Підприємство посилює свої позиції на конкурентному ринку.

Рис. 3. Траєкторія зміни рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Висновки. Результатом проведеного дослідження є представлення та обґрунтування методичного підходу до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібно торгівлі, який передбачає застосування методики зонування за векторами «прибутковість» та «відповідність». Перевагою запропонованого методичного підходу є найбільш обґрунтоване визначення рівня ефективності підприємницької діяльності завдяки використанню комплексного інструментарію оцінки, розробленого на основі використання як кількісних, так і якісних показників, їх формалізованого нормування з урахуванням кількісного діапазону можливих значень.

Економічна інтерпретація зонування рівня ефективності підприємницької діяльності

	Інтервал	Інтерпретація
Зона 1	$F_{EP}(Y_i) \subset [0; 0,5]$ $F_{EV}(Y_i) \subset [0; 0,5]$	Найгірший з усіх можливих варіантів. Знаходження підприємства у цьому квадранті свідчить про те, що рівень його ефективності в межах групи нижче за середній за двома векторними функціями
Зона 2	$F_{EP}(Y_i) \subset [0,5; 1]$ $F_{EV}(Y_i) \subset [0; 0,5]$	Знаходження підприємства у даному квадранті свідчить про достатній рівень ефективності підприємницької діяльності, оскільки має високі значення за вектором прибутковості. При цьому рівень ефективності за вектором відповідності нижче середнього, що може призвести до послаблення конкурентної позиції на ринку
Зона 3	$F_{EP}(Y_i) \subset [0; 0,5]$ $F_{EV}(Y_i) \subset [0,5; 1]$	Знаходження підприємства у даному квадранті свідчить про достатній рівень ефективності підприємницької діяльності, оскільки має високі значення за вектором відповідності. При цьому низький рівень ефективності за вектором прибутковості може бути наслідком як нерациональних заходів покращення саме комерціалізації, так і результатом неефективного управління підприємством
Зона 4	$F_{EP}(Y_i) \subset [0,5; 1]$ $F_{EV}(Y_i) \subset [0,5; 1]$	Підприємство знаходиться у зоні високої ефективності підприємницької діяльності за обома векторами та є лідером у конкурентній групі

Основні переваги та особливості авторського методичного підходу до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності:

– універсальність представленого підходу до нормування показників оцінки забезпечує його адаптивність до оцінювання будь-якої системи показників;

– дає змогу кількісно визначити рівень ефективності підприємницької діяльності в межах основної конкурентної групи за рахунок обґрунтованих кількісних діапазонів значень;

– проведення оцінки в динаміці дає змогу визначити траєкторію зміни рівня ефективності

підприємницької діяльності та результатів ефективності управління підприємством і сформулювати основні заходи щодо покращення конкурентних позицій суб'єкту господарювання.

Представлена методична база комплексної оцінки ґрунтується на підходах, які надають можливість оцінювати ефективність підприємницької діяльності навіть за наявності від'ємних значень деяких показників, не виключаючи таке підприємство з вибіркової сукупності. Крім того, адекватність системи оцінки надає можливість однозначної інтерпретації результатів математичної та аналітичної обробки показників.

Список використаних джерел:

1. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: [монография] / А.Н. Тищенко, Ю.Б. Иванов, Н.А. Кизим [и др.]; под ред. А.Н. Тищенко. – Х.: ИНЖЕК, 2007. – 376 с.
2. Височин І.В. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі: [монографія] / І.В. Височин. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 544 с.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 560 с.
4. Костирко Л.А. Стратегія фінансово-економічної діяльності господарюючого суб'єкта: методологія і організація: [монографія] / Л.А. Костирко. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2002. – 560 с.
5. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Наказ Міністерства економіки України № 14 від 19.01.2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06>.
6. Садеков А.А. Управление предприятием в условиях кризиса: [монография] / А.А. Садеков, В.В. Цурик. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. – 178 с.
7. Власова Н.О. Диагностика фінансової кризи підприємств роздрібної торгівлі: [монографія] / Н.О. Власова, В.А. Грошул, Ю.С. Чирва. – Харків: ХДУХТ, 2007. – 209 с.
8. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація): [навч. посіб.] / За ред. А.А. Маза-ракі. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 280 с.

Черная М. В.

Харьковский государственный университет питания и торговли

Дядин А. С.

Харьковский национальный университет внутренних дел

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Резюме

В статье предложен и обоснован методический подход к оценке уровня эффективности предпринимательской деятельности в розничной торговле, который предусматривает проведение процедуры зонирования на основе матрицы, каждый сегмент которой характеризует уровень эффективности по двум основным векторам. Представлены совокупность необходимых элементов информационного и математического инструментария процесса оценивания, а именно принципов, критериев, показателей, методов нормирования и оценки. Обоснован метод формализованного нормирования показателей с учетом количественного диапазона возможных значений.

Ключевые слова: эффективность, предпринимательская деятельность, розничная торговля, предприятие, методический подход, оценка, зонирование.

Chorna M. V.

Kharkiv State University of Food Technology and Trade

Dyadin A. S.

Kharkiv National University of Internal Affairs

METHODICAL APPROACH TO EVALUATING THE EFFICIENCY OF BUSINESS ACTIVITIES IN RETAIL TRADE

Summary

In the article proposed and substantiated a methodical approach of assessing the level of efficiency of entrepreneurial activity in retail trade, which involves the procedure of zoning based on the matrix, each segment of which characterizes the level of efficiency for the two main vectors. Shows a set of essential elements of information and mathematical tools for the estimation process, namely the principles, criteria, indicators, methods of valuation and evaluation. Justified, the methods of formal rationing of indicators, taking into account the quantitative range of possible values.

Key words: efficiency, entrepreneurial activity, retail, enterprise, methodical approach, assessment, zoning.

УДК 330.342:338.1

Швець Ю. О.

Соловйова К. О.

Запорізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ЗМІННОСТІ ЧИННИКІВ ОТОЧУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті проаналізовано наявні підходи вітчизняних та зарубіжних учених до трактування сутності дефініції «економічний розвиток». Удосконалено сутність поняття «економічний розвиток», яке запропоновано розглядати як сукупність заходів щодо цілеспрямованого впливу на діяльність підприємства, які спрямовані на зміну внутрішньої системи управління підприємством за умови врахування дії загроз зовнішнього і внутрішнього середовища, що дасть змогу налагодити діяльність підприємства, підвищити рівень його дохідності, покращити імідж на ринку. Розглянуто наявні підходи до класифікації економічного розвитку на підприємстві. Досліджено та обґрунтовано перелік факторів впливу на механізм планування економічного розвитку. Досліджено механізми планування економічного розвитку. Наведено перелік заходів щодо підвищення ефективності планування економічного розвитку промислового підприємства.

Ключові слова: економічний розвиток, промислове підприємство, планування, структура механізму, механізм розвитку.

Постановка проблеми. У наш час умови функціонування промислових підприємств можна охарактеризувати фінансовою кризою, зростанням конкуренції та неспроможністю забезпечити стабільний економічний розвиток підприємства. Саме тому політика підприємств має бути спрямована не лише на забезпечення підтримання життєдіяльності, але й на планування економічного розвитку підприємства. За сучасних умов розвитку чинники зовнішнього і внутрішнього середовища вкрай негативно впливають на економічний розвиток підприємств та механізм його планування, що підтверджує актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління розвитком промислових підприємств присвячено праці зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема: О.Л. Гапоненка, О.В. Грабельської, Є.Г. Єліферова, Ю.С. Погорелова, І.В. Смолина, М.Р. Тимощука, Л.В. Фролової. Наявні дослідження мають велике значення для розвитку економіки та економічного планування діяльності підприємств, але необхідно підкреслити, що деяке коло питань концептуального характеру залишилося недостатньо розкритим. Нині вчені розглядають окремі аспекти управління розвитком підприємства та не приділяють уваги створенню єдиної цілісної системи планування економічного розвитку підприємства за умови негативної дії загроз та ризиків оточуючого середовища.

Мета статті полягає в аналізі підходів до визначення поняття «економічний розвиток», розширенні його дефініції, удосконаленні економічного розвитку підприємства, удосконаленні механізму планування економічного розвитку промислового підприємства, визначенні факторів впливу на економічний розвиток.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині економічний розвиток є передумовою успішного функціонування підприємницької діяльності, забезпечення конкурентної переваги та вирішення соціальних проблем країни. Сьогодні неможливо уявити діяльність промислового підприємства без стратегії економічного розвитку. В умовах швидкого розвитку науки та техніки, появи нових продуктів більше уваги має приділятися формуванню економічного потенціалу підприємства. Ця проблема постала з появою першого підприємства та особливо актуальною вона стала на початку ХХ ст.

Недостатня увага до конкуренції на ринках, напрямів диверсифікації виробництва, швидкості технологічного оновлення, ефективного використання матеріальних і людських ресурсів знизилася швидкість процесу структурного перетворення промислового підприємства.

Будь-яке підприємство – це складна система, яка існує в певному зовнішньому середовищі, здатному до швидких та непередбачуваних змін. Підтримувати