

СПб: Питер, 2009. – 960 с.

7. Ван Хорн Дж. К. Основы финансового менеджмента / Дж. К. Ван Хорн, Джон М. Вахович; пер. с англ. – М.: «ИД Вильямс», 2008. – 1232 с.

8. Лігоненко Л.О. Управління грошовими потоками: навч. посіб. / О.Л. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2005. – 254 с.

9. Мазараки А.А. Філософія денег: монографія / А.А. Мазараки, В.В. Ильин. – К.: КНТЕУ, 2004. – 719 с.

10. Мних С.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / С.В. Мних, Н.С. Барабаш. – К.: КНТЕУ, 2010. – 412 с.

*Рецензент докт. екон. наук, професор Т.І. Лозова*

330.131.5

*Колос І.В., аспірант, ДонНУЕТ*

### **ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

Постановка проблеми і її зв'язок із найважливішими науковими та практичними завданнями. На сьогодні дуже актуальним є використання новітніх технологій управління в усіх галузях економіки України, а особливо на підприємствах торговельної сфери, оскільки торгівля є головною ланкою у системі споживчого ринку товарів і послуг. Торгівля – складна та багатовимірна соціально-економічна система [7]. У контексті поглиблення трансформаційних процесів економіки України, одним із найважливіших аспектів прийняття управлінських рішень на будь-якому рівні є показники ефективності діяльності підприємства. Найбільша увага приділяється економічному та соціальному видам ефективності. Проблема ефективності діяльності торговельних підприємств є об'єктом вивчення з боку провідних вчених-економістів світу. Даний аспект діяльності підприємств висвітлюється в наукових працях І. Ансоффа, Р. Каплана, А. Мазаракі, С. Покропивного, М. Туленкова, А. Файоля, А. Шегди та ін. Зокрема, А. Мазаракі займався плануванням показників ефективності діяльності торговельних підприємств [4]; М. Туленков вивчав методіку оцінки соціально-економічної ефективності [6]; С. Покропивний аналізував показники використання окремих видів ресурсів тощо [2].

Метою статті є обґрунтування теоретичного аспекту економічної та соціальної ефективності діяльності торговельних підприємств, а також визначення чинників впливу на ефективність їх діяльності.

Оцінка ефективності торговельного підприємства, і торгівлі в цілому, принципово відрізняється від інших галузей тим, що вона виконує дві функції. Перша – доведення товарів до споживачів і задоволення їх попиту; друга – функція реалізації вироблених у промисловості, сільському господарстві й інших галузях товарів і забезпечення таким чином безперервності процесу розвитку економіки. Термін «ефективність» тісно пов'язаний з поняттям «ефект». У свою чергу, поняття «ефект» має різні форми прояву, як матеріальну, так і соціальну. Зокрема, ефект може оцінюватися обсягом додатково виробленої чи спожитої продукції (тобто штуками, кубічними або квадратними метрами, тонами тощо). У тому випадку, коли зазначені результати отримують грошову оцінку, говорять про економічний ефект.

Економічний ефект – виражений у вартісній (грошовій) формі результат будь-яких дій. Отже, під час дослідження, можна застосовувати показники ефективності використання окремих видів ресурсів, а можна аналізувати ефективність крізь призму окремих напрямів діяльності [2].

Визначення терміну «ефективність» у закордонній науковій літературі тісно пов'язане з альтернативним вибором. Враховуючи даний аспект, ефективність розглядається як відношення того, що підприємство насправді реалізує, до того, що воно могло б реалізувати при існуючих ресурсах, знаннях і здібностях. У даному випадку як альтернатива виступають різні види діяльності, а в основу оцінки ефективності покладено порівняльну перевагу між одержаним та втраченим доходом [4, с. 187]. Ефективність діяльності торговельного підприємства значною мірою залежить від обсягу реалізованої продукції. У кризових умовах господарювання підприємства намагаються нарощувати товарообіг, однак зберегти сталий динамічний результат дуже важко, оскільки обсяг товарообігу знаходиться під впливом багатьох чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Ефективність відображує не сам результат, а те, якою ціною він був досягнутий. Тому ефективність найчастіше характеризується відносними показниками, що розраховуються на основі двох груп характеристик (параметрів) – результату та витрат. Це, втім, не виключає використання в системі показників ефективності і абсолютних значень вихідних параметрів.

Ефективність – об'єктивно є економічною категорією. Її сутність визначається методом виробництва, системою виробничих відносин, об'єктивними цілями розвитку суспільства. Здебільшого ефективність розцінюється як «поліпшення»; діяльність суб'єкта господарювання вважається ефективною, якщо досягнуто намічених результатів. Одержати результат не означає зекономити ресурси. Досить часто підприємство може одержати прибуток на шкоду рентабельності.

Ефективність, як економічна категорія, уособлює економічні відносини з приводу використання ресурсів на виробництво або реалізацію певної маси споживчих вартостей з метою задоволення особистих і суспільних потреб й одержання на цій основі прибутку, що забезпечує нормальне функціонування торговельного підприємства в умовах ринку.

Економічна ефективність – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей [5].

Економічна ефективність є узагальнюючою характеристикою кінцевої результативності діяльності суб'єктів господарювання. Аналіз ефективності діяльності підприємств дозволяє виявити взаємозв'язки між чинниками її зростання та досягнутими результатами.

Оцінка економічної ефективності принципово не може обмежуватися тільки зіставленням отриманого результату зі спожитими ресурсами. Вона також повинна враховувати показники, що характеризували б як підвищення ефективності структури управління, так і кінцеві соціальні результати.

Соціальна ефективність торговельної діяльності пов'язана з виконанням торгівлею соціальних функцій та характеризується ступенем задоволення попиту населення на товари при високій якості торговельного обслуговування та раціонального використання товарно-виробничих ресурсів [1]. Соціальна ефективність виступає результатом впливу заходів економічного характеру на формування способу життя людини. Основний її критерій – задоволення потреб соціального характеру відповідно до ресурсів, що спрямовані на досягнення цих цілей. Соціальний ефект зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення кількості робочих місць, рівня зайнятості населення, поліпшення умов праці та побуту, стану довкілля, загальної безпеки життя, якості торговельного обслуговування.

Економічний ефект відображає різні вартісні показники, що характеризують проміжні та кінцеві результати діяльності торговельного підприємства. До таких показників відносять обсяг реалізації, розмір одержаного прибутку, економію ресурсів, зниження витрат, різницю між продажною та закупівельною ціною.

Економічний аспект – це підвищення якості життя працівників підприємств; забезпечення конкурентоспроможності підприємства; дотримання меж економіко-правової діяльності; одержання прибутку згідно зі стратегією економічної діяльності; раціональний рівень витрат; збільшення позареалізаційних доходів; підвищення рентабельності оборотних коштів; забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності; урахування можливих ризиків господарської діяльності.

Критерій – головна ознака й визначальна міра вірогідності пізнання глибинного змісту ефективності діяльності, відповідно якому здійснюється кількісна оцінка рівня цієї ефективності. Правильно сформульований критерій має якомога повніше характеризувати зміст ефективності як економічної категорії, а також бути єдиним для всіх ланок суспільного виробництва чи господарської діяльності.

Економічна та соціальна ефективність тісно пов'язані між собою. Підвищення економічної ефективності веде до зростання соціальної ефективності. Основним чинником, що впливає на підвищення економічної ефективності є технічний прогрес. Технічний прогрес у кінцевому результаті завжди пов'язаний зі збільшенням кваліфікаційної структури працівників підприємства та змістовності роботи й зменшенням відмінностей в ній. Таким чином, збільшення економічної ефективності так чи інакше буде сприяти соціальному вирівнюванню та більш гармонійному розвитку працівника як особистості. Збільшення економічної ефективності також не можливе без підвищення соціальної ефективності. Разом з розвитком суспільства зростають потреби людей, змінюється структура потреб і, відповідно, структура діяльності різних систем. Останнє стає можливим лише на основі технічного прогресу, а значить на основі створення умов для підвищення економічної ефективності.

Наявність прямих і зворотних зв'язків між економічною та соціальною ефективністю призводить до того, що неминуче складається певна відповідність між темпами їх росту, відбувається їх оптимізація. На цій основі виник такий вид ефективності, як соціально-економічна ефективність, що є похідною від двох вище зазначених видів ефективності та поєднує їх властивості. Її основний

критерій – максимізація результатів у розрахунку на сукупні ресурси, що забезпечують найбільш повне задоволення потреб працівників.

Різноманітні форми прояву соціально-економічної ефективності зумовлені прагненням отримати максимальний економічний ефект при заданих параметрах соціального характеру.

В умовах трансформації економіки України особливої актуальності набувають питання комплексного використання всіх чинників, що впливають на соціальну ефективність діяльності торговельних підприємств.

У цьому випадку доцільно запропонувати систему оціночних показників ефективності соціальної діяльності, а саме: рівень оплати праці, розмір фонду споживання у розрахунку на одного працівника, а також рівні захворюваності, плинності кадрів, дисципліни тощо [3].

На жаль, у практиці діяльності торговельних підприємств, оцінці соціальної ефективності не приділяється достатньої уваги. Оскільки соціальну ефективність складають корисні результати діяльності торговельних підприємств, які дуже важко кількісно виміряти, особливо виміряти у грошовій формі.

З економічної точки зору термін «чинник» означає рушійну силу, що впливає на ефективність функціонування торговельного підприємства в ринкових умовах господарювання.

В умовах ринку на ефективність торговельних підприємств впливає широкий спектр чинників, що поділяються на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх чинників впливу на ефективність діяльності торговельного підприємства можна віднести наступні: інфляційні процеси; ринкова кон'юнктура; дії конкурентів; нестабільність законодавчої бази в галузі ціноутворення, кредитування, оподаткування підприємств та ін.

До внутрішніх чинників впливу на ефективність діяльності торговельних підприємств можна віднести: політику ціноутворення на підприємстві; рівень собівартості продукції; рівень якості менеджменту на різних рівнях управління; рівень технічної оснащеності; рівень витрат на електроенергію; місцезнаходження підприємства тощо.

Ефективність діяльності торговельних підприємств у більшій мірі залежить від внутрішніх чинників і підприємство спроможне чинити вплив на них. Сукупність внутрішніх чинників – це взаємопов'язаний структурний поділ торговельного підприємства на окремі сегменти його діяльності.

Таким чином можна зробити наступні висновки. Категорія «ефективність» розглядається з позиції різних наук. Її отожднюють з результативністю та продуктивністю. Однак, дані судження є дещо неправомірними, не зважаючи на те, що у перекладі з латини дане поняття дійсно означає дієвість, результативність та продуктивність. Економічний та соціальний види ефективності є значущими елементами загальної ефективності діяльності торговельних підприємств, а також одними з основних критеріїв під час прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління.

Основними резервами та шляхами підвищення соціально-економічної ефективності діяльності торговельних підприємств повинні стати: широкомасштабне застосування маркетингових досліджень, поглиблене використання інструментарію менеджменту, дистрибуція, методи диференціації продукції, логістика [2].

Суть проблеми підвищення ефективності діяльності полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат (матеріальних, фінансових, трудових) досягати максимально можливого обсягу діяльності (доходу, прибутку). Отож, єдиним критерієм ефективності діяльності стає зростання продуктивності суспільної праці.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є поступова систематизація наявної інформації з оцінки економічної та соціальної ефективності діяльності торговельних підприємств і створення на цій основі більш збалансованої системи критеріїв підвищення загальної ефективності торговельних підприємств.

### Література

1. Валевич Р. П. Економіка торгової організації : учеб. пособ. / Р. П. Валевич, Г. А. Давыдова. – Минск, 2008. – 371 с.
2. Економіка підприємства : підручник / під ред. С. Ф. Покропівного. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
3. Економіка підприємства : навч. посіб. / під ред. А. В. Шегди. – К. : «Знання», 2005. – 431 с.
4. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства / Мазаракі А. А. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
5. Мельник Л. Г. Економіка підприємства : навч. посіб. / Л. Г. Мельник, О. І. Корінцева. – Суми : «Університетська книга», 2004. – 412 с.
6. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту : навч. посіб. / Туленков М. В. – К. : Каравела, 2007. – 304 с.
7. Юр'єва П. Б. Формування торгівлі як складова соціально-економічної системи: теоретичні аспекти / П. Б. Юр'єва // Економіка та держава. – 2008. – № 12. – С. 33-36.