

асортименту нововведень; поява на ринку принципів нововведень; можлива діяльність на ринку нових конкурентів. Розробка інноваційної стратегії підприємства починається з формулювання загальної мети та цілей, які забезпечуються на основі прогнозу економічної обстановки та змін, які відбулися в зовнішньому середовищі. Удосконалення інноваційної політики підприємства вимагає визначення цілей і стратегій розвитку підприємства на найближчу та далеку перспективу, приймаючи до уваги його потенційні можливості та забезпечення відповідними ресурсами.

Таким чином, підвищення діяльності підприємства може бути досягнена шляхом удосконалення інноваційної політики, оскільки інноваційна стратегія є варіантом конкурентної поведінки підприємства в ринковому середовищі, а також стає важливим елементом стратегічного управління його розвитку та визначає конкурентоспроможність продукції підприємства на довготермінову перспективу.

#### *Література*

1. Язлюк Б.О. Прикладна економіка. Навчальний посібник / Б.О.Язлюк, Р.Б.Гевко, Ю.В. Дзядикевич, А.М. Бутов. – Тернопіль: Крок, 2016. –288 с.

2. Економіка довкілля і природних ресурсів. Монографія / За ред. Ю.В. Дзядикевича.– Тернопіль: Астон, 2016.–392 с.

3. Дзядикевич Ю.В. Енергетичний менеджмент. Підручник /Ю.В. Дзядикевич, Р.Б. Гевко, М.В. Буряк, Р.І. Розум.– Тернопіль: Підручники і посібники, 2014. –336 с.

**Володимир Турчак**

Тернопільський національний економічний університет

### **ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розвиток ринкової економіки в Україні обумовлює високі вимоги до оцінки ефективності функціонування економічних систем різних рівнів. Найбільша увага приділяється торгівлі як комерційній системі та самостійній ланці національної економіки, яка безпосередньо створює економічні блага. Трансформаційні процеси, які відбуваються в українській економіці, докорінно змінили економічне середовище функціонування торговельних підприємств, що, в свою чергу, привело до залежності ефективності їхньої фінансово-господарської діяльності від багатьох, раніше не досліджуваних факторів. З метою створення належного іміджу та забезпечення успіху на ринку потрібна достовірна оцінка ефективності функціонування торговельних підприємств як комерційних систем, яка б відповідала сучасним вимогам розвитку ринкової економіки.

В ринкових умовах ефективна діяльність торговельних підприємств повинна оцінюватись з позиції досягнення найбільших фінансових результатів за умов повного використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів [1, с. 3]. У зв'язку з цим виникає необхідність в обґрунтуванні та удосконаленні організаційно-економічного механізму комплексної оцінки ефективності функціонування торговельних підприємств, у розробці сучасних методів та методик такої оцінки з врахуванням комплексного та системного підходів, що дозволить приймати обґрунтовані рішення щодо створення сприятливих умов для покращення економічних результатів їх діяльності.

Щоб успішно здійснювати торговельну діяльність протягом довгого часу, вижити і досягти своїх цілей, організація діяльності підприємства повинна бути як ефективною, так і результативною. Результативність як показник має мати кількісну оцінку. Ефективність – це показник прагнення до кінцевого результату, є характеристикою принципово відносною, що залежить від того, які показники з якими співвідносяться. Ефективність діяльності торгового підприємства – це співвідношення між кількістю одиниць реалізованих товарів і кількістю використаних в процесі реалізації ресурсів. У загальному уявленні ефективність

характеризує розвиток системи в цілому, а також процеси і явища. Ефективність виступає як індикатор розвитку. Прагнучи підвищити ефективність діяльності підприємств торгівлі в цілому, доцільним є визначення конкретних заходів, що сприяють процесу їх розвитку. Таким чином, ефективність нерозривно пов'язана з практикою. Ефективність є якісною категорією, пов'язаною з інтенсивністю розвитку підприємництва [2, с. 235].

У торговому підприємстві комерційна діяльність безпосередньо впливає і на його економічні результати, і на соціальну ефективність торгівлі в цілому. Економічну ефективність діяльності торгового підприємства, на нашу думку, слід оцінювати за економічними результатами, що характеризують роботу підприємства в цілому: узагальнюючими економічними показниками (товарообіг, витрати, прибуток, ціни); показниками використання ресурсів (виробництво); якості торговельного обслуговування (широта, стійкість і оновлення асортименту); якості товарів [3, с. 63].

Ефективність управління торгівлею оцінюється, перш за все, з позиції якості торговельного обслуговування і рентабельності підприємства. Складові ефективності управління багато в чому залежать від організації комерційної діяльності та її результатів, оскільки при здійсненні комерційних операцій формуються товарообіг, доходи підприємства, асортимент товарів, перевіряється їх якість. Аналізуючи вплив комерційної діяльності на економічні результати, ми зробили висновок, що рентабельність вища у тих торгових підприємств, які мають широкий асортимент товарів, високий товарооборот, чіткі господарські зв'язки і нарощують темпи роздрібного товарообігу, покращують роботу з покупцями.

Оцінка ефективності діяльності торговельних підприємств може здійснюватися як на основі експертних оцінок, так і силами самих підприємств. Така робота необхідна при плануванні господарської діяльності, виявленні причин невиконання планових завдань, пошуку резервів підвищення ефективності роботи підприємств, визначенні стратегії його розвитку. Оцінка комерційної діяльності дає уявлення про адаптацію підприємства до ринкових умов, дозволяє не тільки виробити стратегію і тактику поведінки торгових підприємств, а й підвищити ефективність управління ними на рівні території. Її застосування дозволить суб'єктам господарювання визначити слабкі і сильні сторони торгової діяльності та сконцентрувати свої зусилля на напрямках, які є найбільш перспективними і прибутковими.

При виборі системи показників економічної ефективності діяльності торговельного підприємства, що характеризують якісні та кількісні аспекти, слід висувати такі основні вимоги:

- кількість параметрів має залежати від конкретної мети аналізу;
- економічний сенс кожного показника має бути зрозумілим для сприйняття і однозначним для розуміння;
- за кожним показником має бути наведена об'єктивна кількісна інформація на підставі даних бухгалтерського, управлінського або статистичного обліку [4, с. 86].

В умовах ринкової конкуренції велике значення приділяється торговельному обслуговуванню та організації діяльності, оскільки від якості та рівня організації діяльності залежить економічна ефективність діяльності підприємства, основним показником якої є розмір прибутку.

Для підвищення економічної ефективності діяльності торговельного підприємства необхідно:

1) проведення низки заходів зовнішніх і внутрішніх змін на підприємстві (вдосконалення обслуговування, створення сприятливого інтер'єру, оформлення фасаду будівлі, вивіски, вітрин, викладки товарів на торговельному обладнанні, робочого місця і зовнішнього вигляду обслуговуючого персоналу, використання рекламних матеріалів, фірмових знаків та вказівників, супровідної документації).

2) проведення комплексу заходів, спрямованих на вдосконалення руху купівельних потоків, правильного розташування торговельного обладнання, стелажів, розміщення товарів

з урахуванням мерчандайзингових технологій тощо.

Таким чином, удосконалення діяльності торговельного підприємства, незалежно від реалізованого асортименту товарів, орієнтоване на вдосконалення торговельних і технологічних процесів. Для підвищення економічної ефективності діяльності торговельному підприємству слід підвищувати ефективність використання виробничих фондів, мінімізувати витрати обігу, оптимізувати товарні ресурси, розробити асортиментну і сервісну політику відповідно до вимог споживачів. Необхідне проведення маркетингових досліджень, рекламних акцій, запровадження карт постійних клієнтів, поліпшення якості додаткових послуг, що надаються покупцям, поліпшення торгово-технологічного процесу.

#### *Література*

1. Руцишин Н.М. Ефективність функціонування торговельних підприємств в умовах розвитку національної економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.05 – «Економіка торгівлі та послуг» / Н.М. Руцишин. – Львів, 2006. – 20 с.
2. Сальников И.И. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий розничной торговли / И.И. Сальников, Н.И. Виноградова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. – № 4. – С. 234-237.
3. Сафонова О.Н. Комплексная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли / О.Н. Сафонова, Е.В. Дмитриева // Регион: системы, экономика, управление. – 2009. – № 2. – С. 54-65.
4. Шульгіна Л.М. Економічна ефективність діяльності торговельних підприємств / Л.М. Шульгіна // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 4 (28). – С. 85-87.

**Алла Ужва**

Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського

### **ПРОДОВОЛЬЧИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРОБІЗНЕСУ**

В умовах інтеграційних процесів України у європейський простір пріоритетним є завдання щодо забезпечення населення продовольством за рахунок внутрішніх джерел, поступового зменшення залежності від іноземних виробників продовольства, створення продовольчої безпеки як важливої складової національної безпеки. Аграрний бізнес – це особлива підсистема економічних відносин, що склалася в аграрному секторі внаслідок злиття аграрного, промислового та торгового капіталів у процесі поглиблення інтеграційних зв'язків між сільським господарством та промисловістю [1]. В економічній літературі країн ЄС поняття «агробізнес» є синонімом до дефініцій «продовольчий комплекс», «продовольча система». Під усіма цими поняттями мається на увазі сукупність взаємопов'язаних галузей з виробництва і забезпечення населення продуктами харчування, починаючи із сільського господарства і закінчуючи доведенням готових продуктів до споживача. Головними ланками агробізнесу є сільське господарство, харчова промисловість, оптова та роздрібна торгівля, громадське харчування.

Важливою особливістю функціонування сільського господарства є сезонність виробництва продукції, що вимагає створення великих потужностей для зберігання, первинної та кінцевої переробки, упакування, транспортування продукції. Значна частина сільськогосподарської сировини та продуктів її переробки має нееластичний попит і потрібна в раціоні харчування людини щоденно. Для забезпечення цього залучається досить велика кількість працівників, які займаються збутом продукції, що спричиняє додаткові витрати в усьому маркетинговому ланцюгу проходження продукції від виробника до кінцевих споживачів. Крім того, для реалізації сільськогосподарської продукції і продовольства необхідна розгалужена збутова мережа як оптова, так і роздрібна. Отже, сполучною ланкою між спеціалізованими виробниками продовольства та споживачами,