

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

EFFICIENCY OF ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISES

В статті зроблено спробу аналізу понятійного апарату стосовно терміну «ефективність» та розглянуто показники оцінки ефективності торгівельного підприємства, проаналізовано ефективність підприємств роздрібної та оптової торгівлі в Україні за період 2006-2008 рр.

Ключові слова: ефективність, ефект, результативність, продуктивність, торгівельна діяльність, економічна ефективність, соціальна ефективність.

In the article the attempt of analysis of concept vehicle is done in relation to a term «efficiency» and the indexes of estimation of efficiency of point-of-sale enterprise are considered, efficiency of enterprises of retail and wholesale trade is analysed in Ukraine for period of 2006-2008 years.

Key words: efficiency, effect, effectiveness, productivity, point-of-sale activity, economic efficiency, social efficiency.

Вступ. Категорія ефективність є наріжним каменем економіки, як науки про використання обмежених ресурсів для найповнішого задоволення потреб суспільства. І хоча управління ефективністю підприємства походить ще з класичної управлінської моделі, ефективність залишається ключовою, серцевинною проблемою економіки навіть в умовах ринкових відносин, коли акценти в управлінні змістилися з внутрішніх складових підприємства на зовнішнє середовище (з раціонального використання ресурсів на вивчення попиту, гнучку асортиментну політику, конкурентоспроможність і т.п.).

І попри все це економіку, насамперед, називають наукою про ефективність. Тому правильне розуміння цієї категорії, уміння точно її визначати і розраховувати, відшукувати все нові резерви для її підвищення залишається надзвичайно актуальним питанням.

Питання визначення взаємозв'язку між поняттями "результативність" та "економічна ефективність" недостатньо висвітлені в економічній літературі, лише частково досліджені у працях А.Н. Тищенко, Н.А. Кизима, Л.В. Догадайло, А.Г. Поршнева.

Тут обґрунтовано відмінність між цими поняттями. Відомими є праці П. Друкера, який встановив наявність взаємозв'язку результативності та ефективності, а також вказав на важливість обох категорій у досягненні успіху підприємствами в сучасних умовах функціонування. Однак практично немає

Постановка завдання. В економічній літературі повсюдно вживається термін «ефективність». Існують традиційні методики для визначення індивідуальних показників ефективності промислового підприємства, які «перекочують» із підручника в підручник. І в той же час в цих роботах зустрічається доволі різне трактування самого терміну «ефективність», оскільки його підміняють терміном «результативність», «продуктивність» і т.п. Тому перша ціль, яка ставилася в процесі дослідження – це з'ясування понятійного апарату даних категорій.

Крім того була зроблена спроба уточнення показників оцінки ефективності підприємства торгівлі, оскільки воно має відмінності в характері діяльності, порівняно з промисловим підприємством. Було тако зроблено спробу аналізу стану та динаміки фінансових результатів підприємств торгівлі за останні роки.

Результати. Досить часто термін «ефективність» підміняють терміном «результативність». Проте, результативність – отриманий результати; а ще його трактують, як міру точності виконання поставлених завдань. Коли ж говорять про ефективність, розуміють не

просто отриманий результат, а ефект від цього результату, тобто порівняння отриманого результату та затрачених на його отримання ресурсів. Тому говорячи про ефективність розуміють відносний показник, який потрібно порівнювати із нормативами, середньогалузевими показниками, попередніх років і т.д.

Ефективність в перекладі з латинської (*effectus*) означає дієвість, результативність, продуктивність. Саме ці лінгвістичні невідповідності вносять нечіткість в трактування цих термінів. В літературі є навіть спроба пояснити ефективність як рівень відповідності результатів якої-небудь діяльності поставленим завданням. Хоча, не можна погодитися з тим, що рівень відповідності результатів поставленим цілям є ефективність, це скоріше результативність діяльності. І робиться підміна термінів «ефективність» і «результативність».

Слово «ефективність», яке вживається у працях науковців на пострадянському просторі, в англійській мові має два прототипи: "efficiency" та "effectiveness". Тому при перекладах, досить часто виникає плутанина. Більше того, в іноземній літературі щодо ефективності бізнесу використовуються обидві ці категорії. Тому постало питання їх адекватного перекладу.

Термін «efficiency» радять розуміти, як раціональність, хоча її перекладають саме як ефективність. Тоді як термін «effectiveness» перекладають як результативність, або ж продуктивність.

О.Проценко, дав більш уточнююче трактування цих категорій: «efficiency» – ефективність, тобто вміння робити дії правильно (to do the things right), а «effectiveness» – продуктивність, вміння робити правильні дії (to do the right things) для досягнення очікуваного результату. Тобто, «efficiency» категорія спрямована на процес, а «effectiveness» – на результат.

Таким чином, перший термін виражається співвідношення між отриманим результатом і необхідними для його досягнення ресурсами.

Це, так би мовити, внутрішній параметр функціонування, який використовується для оцінювання економічності роботи підрозділів та організації в цілому.

А термін «effectiveness» використовується для визначення міри досягнення організацією її мети. Отже, цей термін більш повно характеризує успішність роботи, відображаючи не лише економічність виробництва продукції та послуг, а й характеристики взаємовідносин із зовнішнім середовищем, яке суттєво впливає на розвиток організації.

Як було зазначено вище, в перекладі з латинської термін «effectus» означає ще й продуктивність. Але в даному разі мова йде не про продуктивність праці, а про продуктивність всієї системи. Саме категорія «продуктивність системи» широко вживана у зарубіжній літературі, на відміну від вітчизняних публікацій (за виключенням праць з менеджменту). В останніх в переважній більшості – використовується категорія «ефективність» [3]. Термін «продуктивність системи» виробництва і обслуговування, який поширений у країнах з розвинутою ринковою економікою, трактують як ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) при виробництві різноманітних товарів та послуг. Отже, ефективність виробництва і продуктивність системи, в такому трактуванні, є за своєю сутністю термінами-синонімами, які характеризують одні й ті ж результативні процеси. При цьому слід усвідомлювати, що загальна продуктивність системи є поняттям набагато ширшим, ніж продуктивність праці чи прибутковість виробництва.

Зосередимося на аналізі категорії «ефективність». Оскільки, ефективність результатів діяльності, правильно трактувати, як максимальний ефект отриманий з мінімальними затратами, то економічний зміст ефективності полягає у збільшенні позитивного результату (ефекту) з одиниці витрат сукупної праці. Категорія «ефективність» на рівні підприємства характеризує зв'язок між

величиною отриманого результату його діяльності і кількістю інвестованих або витрачених у процесі виробництві ресурсів.

Підвищення ефективності можна досягти або шляхом використання меншої кількості ресурсів для створення такого ж результату, або ж шляхом створення більшого результату при використанні тієї ж кількості ресурсів чи більшого результату при відносно меншій кількості затрачених ресурсів.

Слід відмітити, що за весь час свого існування термін "ефективність" завжди вживався у контексті "ефективність виробництва". Отже в цілому «ефективність виробництва» являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу.

Ефективність системи в цілому визначається ефективністю найслабшої її ланки. Проте без ефективності бізнесу (чи корпорації). взагалі, це буде лише набір окремих видів ефективності. Необхідно пам'ятати, що поряд з окремими видами господарських ефектів в процесі ефективної діяльності підприємства чи бізнесу утворюється синергетичний ефект, як інтеграцію сукупності ефектів.

Ставлячи за мету з'ясування сутності ефективності, необхідно дати визначення таких понять як: результат діяльності та ефект. Результат в перекладі латинської (resultatus) – відображений, з перекладі з французької, - наслідок чого-небудь. Отже, результатом не є обов'язково досягнення поставленої цілі. Результат може бути як позитивний, так і негативний (випуск браку є хоча і негативним, але все ж таки, результатом).

Ще важче з визначенням терміну «ефект». С.Покропивний [3] вказує на те, що «ефект» - це корисний (позитивний) результат діяльності, і що абсолютна величина ефекту не вказує на ступінь результативності роботи підприємства. Проте в перекладі з латинської

effectus означає: 1) результат якої-небудь дії, 2) враження, яке справляється на кого-небудь ким-небудь / чим-небудь; 3) засіб створення сильного враження.

Торговельна діяльність є різновидом підприємницької діяльності, і відноситься до сфери надання послуг. Тому у сфері цієї діяльності, ефективність може виявлятися, як і в інших сферах підприємницької діяльності, у різних формах, зокрема у формах економічного та соціального ефекту.

Під економічним ефектом розуміють корисний результат економічної діяльності, що вимірюється як різниця між грошовими доходами від такої діяльності та грошовими витратами на її здійснення. Економічна ефективність розраховується як співвідношення між грошовими доходами від певної економічної діяльності та грошовими витратами на її здійснення.

Під соціальним ефектом розуміють корисний результат будь-якої економічної діяльності, що відображається у створенні умов для задоволення основних соціальних потреб та цілей суспільства. Соціальна ефективність визначається як відповідність результатів господарської діяльності основним соціальним потребам і цілям суспільства.

Функціонування будь-якого торговельного підприємства має спрямовуватися на задоволення потреб людей, тобто забезпечення соціального ефекту; водночас діяльність підприємства в умовах ринку підпорядковується цілям отримання прибутку як єдиному довгостроковому фінансовому інтересу будь-якого суб'єкта господарювання, який відображає економічний ефект, що виникає завдяки використанню наявних у нього виробничих ресурсів, перш за все матеріально-технічної бази, трудових і фінансових ресурсів. Оскільки основою матеріально-технічної бази підприємства торгівлі є торговельні будівлі, а процеси продажу (реалізації) товарів споживачам

здійснюються насамперед у торговельних приміщеннях магазинів, то діяльність з використання цих приміщень для забезпечення соціального та економічного ефекту торговельного підприємства може оцінюватися через систему показників ефективності його діяльності.

Однак торгівельна діяльність має цілий ряд особливостей, які необхідно враховувати при формуванні показників ефективності.

Для оцінки ефективності діяльності підприємств роздрібної торгівлі застосовують комплекс показників (прямих та опосередкованих), які з урахуванням різних видів отримуваного ефекту прийнято об'єднувати у групи: економічних показників; соціальних показників; техніко-технологічних показників.

Узагалі ж питання стосовно того, що вважати результатами виробництва, а що - витратами, які зумовили появу цих результатів, є дискусійним. Учені-економісти висунули чимало пропозицій стосовно вирішення цього питання. Але з усієї їх множини найбільш обгрунтовані точки зору можна об'єднати в межах таких трьох підходів:

1) ресурсний, коли економічний результат зіставляється з економічною оцінкою виробничих ресурсів, які застосовуються під час виробництва;

2) витратний, коли економічний результат порівнюється з поточними витратами, які безпосередньо пов'язані з його досягненням;

3) ресурсно-витратний, що, як це видно з самої назви, являє собою певний компроміс між двома попередніми. Тобто до уваги береться як певна оцінка наявних ресурсів, так і оцінка поточних витрат. Проте застосування цього підходу має бути дуже зваженим і обережним, адже виникає проблема подвійного рахунку, а також значного впливу галузевих особливостей виробництв (фондомісткості, капіталомісткості, трудомісткості тощо).

Кожен із цих підходів має свої переваги та недоліки, і доцільність застосування того чи іншого з них визначається конкретними обставинами й поставленими завданнями.

Що стосується чисельника формули ефективності, то тут також можна виділити три найзагальніші підходи.

1. За результат береться валова вартість створеного за певний період продукту (наприклад, виготовлена або реалізована продукція за оптовими цінами).

2. Як результат беруть прибуток. Це досить поширений підхід, і при його застосуванні утворюється ціла множина показників рентабельності, коли прибуток зіставляється з собівартістю виробництва або з вартістю основних фондів, або з величиною активів підприємства чи його капіталом тощо.

3. За результат береться сума прибутку та амортизації. Річ у тім, що з точки зору попереднього підходу підприємство, яке має від'ємну величину прибутку (що визначається за тією або іншою законодавче визначеною методологією), автоматично є нерентабельним, а отже, й неефективним. Але для перехідних економік, у яких відбуваються інтенсивні трансформаційні процеси, на думку окремих економістів, ефективною може вважатися діяльність і такого підприємства, яке не може забезпечити повного відтворення своїх ресурсів, передусім основних фондів. Ідеться про те, що втрати суспільства в разі ліквідації такого підприємства будуть все ж більшими, ніж тоді, коли воно продовжуватиме діяльність до повного спрацювання своїх основних фондів.

Завдання визначення ефективності виникає в різних ситуаціях, і його раціональне вирішення в конкретних умовах передбачає застосування тих або інших підходів чи методик. Можна виділити такі загальні напрямки, за якими визначається ефективність.

1. Оцінювання ефективності виробництва з метою забезпечення оптимальної стратегії управління ним. У межах цього напрямку досліджується насамперед ефективність використання ресурсів підприємства.

2. Оцінювання ефективності підприємства з метою визначення його привабливості як потенційного об'єкта інвестування. Таке оцінювання може здійснюватися самим підприємством, потенційним інвестором або ж для забезпечення об'єктивності - - незаінтересованою організацією. При цьому портфельні інвестори, як правило, задовольняються фінансовими показниками ефективності, а стратегічних здебільшого цікавить комплексна її оцінка.

3. Оцінювання ефективності підприємства на макрорівні з боку держави.

Проводячи оцінку економічної ефективності діяльності торговельного підприємства, необхідно враховувати ефективність діяльності такого підприємства в цілому та ефективність вкладання окремих ресурсів.

Економічні показники ефективності характеризують загальну результативність торговельної діяльності підприємства роздрібної торгівлі. Вони в значній мірі схожі з індивідуальними показниками діяльності промислового підприємства. До них, наприклад, відносять: обсяги прибутку підприємства, товарооборот у закупівельних та реалізаційних цінах, рівень валових доходів або витрат підприємства, показники рентабельності діяльності торговельного підприємства, показники ефективності використання основних засобів та оборотних активів підприємства тощо, хоча деякі з показників цієї групи можуть визначатися з "прив'язкою" до потужності, тобто торгової площі магазину (наприклад, роздрібний товарообіг на 1 м² торговельної площі).

До соціальних показників, наприклад, відносять: загальні втрати часу на одну купівлю, витрати часу на пошук товарів у торговому залі, на

огляд і вибір товарів, на консультування покупців, на розрахунок за покупку, коефіцієнт завершеності покупок, кількість додаткових послуг, які надаються покупцям і т.п.

До техніко-технологічних показників ефективності відносять: частку площі торгового залу магазину в загальній площі магазину, частку товарних запасів, розташованих у торговому залі, у загальних запасах товарів, вартість товарних запасів, розташованих на квадратний метр торгового залу, розміри заставленої та демонстраційної площі, коефіцієнти заставленої та демонстраційної площі, коефіцієнт місткості обладнання та ін.

Торгівля є однією з найрентабельніших галузей економіки, вона займає третє місце за обсягом іноземних інвестицій. Так, на початок 2009 р. у торгівельну галузь надійшло 3718,4 млн.дол.. причому ледь частка припадає на оптову торгівлю. За період з 2001 по 2009 р. обсяги інвестицій в оптову торгівлю зросли майже у 6 разів (з 540 млн.дол.США до 3150 млн.дол.США). На підприємствах оптової торгівлі різке зростання обсягів інвестицій спостерігалось у 2005 р. (на 150,1%) та у 2007 р. (на 133,0%). На підприємствах роздрібною торгівлі різке зростання обсягів інвестицій було відмічено у 2008 р. (на 205,0%). Надходження інвестицій позитивно впливало на збільшення товарообігу в Україні. Скорочувався і оборот товарних запасів: з 48 днів у 2001 р. до 28 днів – у 2006 році (хоча в 2008 році цей показник знову виріс до 38 днів, що стало наслідком зниження купівельної спроможності населення через світову фінансову кризу, яка почала проявлятися з вересня 2008 року).

Зростання обсягів інвестицій у торгівельну діяльність призвело до зростання середнього показника площі магазинів. Так, за період з 2001 по 2006 рік середня площа приватних торгових підприємств виросла на 41 м²/ од., тоді як комунальних та державних торгових підприємств скоротилася.

Розмір ресурсів, що виділяються залежить від цілої групи чинників. Основними є величина товарообороту, складність асортименту товарів, що реалізуються, розмір основних виробничих фондів, розвиток господарських зв'язків з постачальниками. Важливе значення мають чинники, що впливають на стан оборотних засобів. Таким чинником, наприклад, є тривалість одного обороту. Якщо протягом року на підприємстві одна і та ж сума оборотних коштів здійснить в першому випадку п'ять оборотів, а у другому сім, то потреба в оборотних коштах в першому випадку більше, ніж у другому, в 1,4 рази (7:5). Цей чинник характеризує в основному інтенсивність використання оборотних засобів. Велике значення мають також порядок планування (нормування), склад і структура оборотних засобів.

На підприємствах торгівлі оборотні засоби переважають над основними і займають більше, ніж 80 % у загальному об'ємі всіх засобів торгівлі. У складі оборотних засобів підприємства торгівлі чітко виділяються засоби, авансовані в товарно-матеріальні цінності. До них відносяться товари, виробничі запаси й інші товарно-матеріальні цінності. У свою чергу в товарно-матеріальних цінностях основну питому вагу займають товари.

Оборотні засоби, авансовані в товари, забезпечують створення поточних, сезонних запасів і запасів дострокового завезення. Кругообіг засобів, авансованих в кожний вигляд запасів, має різну тривалість. Фінансування поточних запасів забезпечує повсякденну безперебійну реалізацію товарів в широкому асортименті. Виручка, що рівномірно надходить на рахунок, створює можливість оплати чергової партії товарів. Перерахований на розрахунковий рахунок валовий прибуток служить джерелом фінансування поточних витрат і утворення прибутку.

Засоби, авансовані в сезонні запаси, на час накопичення товарів вимкнені з обороту. Їх участь в обороті обмежена періодом сезонної реалізації товарів. Якщо товар, повністю не реалізований до кінця сезону, то оборотні засоби виявляються замороженими до наступного періоду продажу. У зв'язку з цим актуальною є уцінка товарів в кінці сезонного продажу. Оборотні засоби повертаються в оборот по мірі реалізації товарів, як правило, до початку нових надходжень. Оборотні засоби можуть бути авансовані також в товари в дорозі. Це відбувається в тому випадку, коли акцептовані рахунки іногородніх постачальників оплачені, але цінності не поступили.

Інша частина оборотних засобів авансована в тару, паливо, малоцінні і швидкозношувані предмети і господарський інвентар, матеріали для господарських потреб.

Таблиця

	Валова рентабельність основної діяльності				Валова рентабельність чистого доходу від основної діяльності			
Організаційно-правова форма підприємства	Роки			Відхилення	Роки			Відхилення
	2006	2007	2008	2008/2007	2006	2007	2008	2008/2007
Продовольчий асортимент товарів								
Акціонерні товариства	0,263	0,579	0,112	-0,467	0,094	0,256	0,098	-0,158
Товариства з обмеженою відповідальністю	0,415	0,394	0,626	+0,232	0,270	0,259	0,347	+0,088
Приватні підприємства	0,060	0,063	0,073	+0,010	0,049	0,047	0,051	+0,004
Інші форми	0,177	0,186	0,164	-0,022	0,121	0,106	0,095	-0,011
Непродовольчий асортимент товарів								
Акціонерні товариства	0,245	0,307	0,235	-0,072	0,189	0,224	0,183	-0,041
Товариства з обмеженою відповідальністю	0,115	0,111	0,117	+0,006	0,087	0,080	0,069	-0,011
Приватні підприємства	0,209	0,197	0,169	-0,028	0,063	0,060	0,056	-0,004
Інші форми	0,209	0,111	0,172	+0,061	0,155	0,080	0,129	+0,49

Таблиця

	Рентабельність основного капіталу				Рентабельність оборотних активів			
Організаційно-правова форма підприємства	Роки			Відхилення	Роки			Відхилення
	2006	2007	2008	2008/2007	2006	2007	2008	2008/2007
Продовольчий асортимент товарів								
Акціонерні товариства	0,179	0,282	0,501	+0,223	0,228	0,538	0,348	-0,190
Товариства з обмеженою відповідальністю	3,249	1,854	5,698	+3,844	0,621	0,620	0,959	+0,339
Приватні підприємства	0,774	0,705	0,670	-0,035	0,374	0,336	0,471	+0,135
Інші форми	0,145	0,145	0,172	+0,027	0,606	0,479	0,472	-0,007
Непродовольчий асортимент товарів								
Акціонерні товариства	0,617	0,713	0,433	-0,280	0,702	0,836	0,885	+0,049
Товариства з обмеженою відповідальністю	0,817	0,716	0,774	+0,058	0,355	0,340	0,291	-0,049
Приватні підприємства	0,705	0,783	0,649	-0,134	0,399	0,345	0,337	-0,008
Інші форми	0,539	0,716	0,589	-0,127	0,695	0,340	0,780	+0,440

Висновки.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Покатаєва О.В. оцінювання ефективності приватизації торговельних підприємств в Україні // Держава та регіони: Науково-виробничий журнал. - Серія «Економіка та підприємництво», 2009. - №6. – С.155-163.
2. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту Навчальний посібник / К.: "Кондор", 2006.- 664 с.
3. Економіка підприємства (Том II) / За ред. проф. С.Ф.Покропивного. - Київ: "Видавництво «Хвиля-Прес»", - 1995 - стр.251.