

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ: ВИКЛИКИ ТА МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ

Зростання насиченості ринку і конкуренції, зміна уподобань споживачів та розвиток інформаційних технологій обумовили появу нових форматів торгівлі та визначили необхідність модернізації управління діяльністю підприємств ритейлу на засадах підвищення ефективності та залучення потенційних покупців. Пріоритетності набуває пошук новітніх інструментів бізнес-управління, що орієнтовані на покращення процесів купівлі-продажу товарів, мають потенціал підвищеної дієвості, і ґрунтуються на результатах комплексної оцінки ефективності економічної діяльності торговельного підприємства. Споживачі, реалізуючи свої інтереси, суттєво впливають на функціонування підприємств ритейлу та їх ефективність. Тому для потреб комплексної оцінки ефективності економічної діяльності торговельних підприємств пропонуємо використовувати систему абсолютних та відносних показників, що поєднані в блоки, залежно від основних комерційних процесів і операцій:

Блок 1 – «Показники формування товарного асортименту» (широта асортименту, глибина асортименту, коефіцієнт оновлення асортименту, коефіцієнт стійкості асортименту);

Блок 2 – «Показники товарної пропозиції та забезпечення товарами» (індекс зростання товарообороту, приріст (скорочення) часу обігу товарів, ступінь відповідності товарних запасів нормативу, індекс виконання плану закупівель, ступінь виконання договірних зобов'язань постачальниками, ритмічність надходження товарів за асортиментом, коефіцієнт допустимого рівня якості товарів, індекс валового прибутку);

Блок 3 – «Показники оцінки формування та стимулювання попиту» (відповідність обсягу і структури товарної пропозиції обсягу і структурі купівельного попиту, ступінь оновлення асортименту, коефіцієнт завершеності покупки, обсяг і структура незадоволеного попиту, рентабельність рекламних заходів);

Блок 4 – «Показники результативності та економічності комерційної діяльності» (приріст чистого доходу, приріст валового прибутку, приріст фінансового результату від реалізації товарів та послуг, співвідношення доходів та витрат на закупівлю та

реалізацію товарів, темп зміни рентабельності продаж, темп зміни рентабельності оборотних активів, тривалість одного обороту дебіторської (кредиторської) заборгованості за товари).

Для забезпечення інтегральної оцінки ефективності економічної діяльності підприємств ритейлу доцільним є застосування матричного методу. При побудові ключової матриці ефективності рекомендуємо дотримуватися вимог впорядкованості та врівноваженості, а саме:

- в сукупність вихідних параметрів моделі включати рівне число показників результатів, витрат і ресурсів підприємства таким чином щоб кожен з них можливо було розглядати в якості ефекту по відношенню до наступних і в якості витрат чи ресурсів по відношенню до попередніх показників;

- стежити за збалансованістю розвитку параметрів моделі, тобто розташовувати показники відповідно до бажаного спадання темпів їх зростання керуючись принципом ступеня кінцевого ефекту і стратегією підприємства.

Для комплексної оцінки ефективності на підставі побудованої за визначеними вимогами матричної моделі може бути застосований будь-який метод дослідження, що підходить для вивчення взаємних впливів між основними результатами діяльності підприємства. Проте найбільш доцільним вважаємо застосування індексних матриць і матриць абсолютного приросту. В цілому послідовність розрахунку інтегрального показника ефективності передбачає:

- обчислення матриць якісних показників за базисний і звітний періоди;

- складання на основі матриць якісних показників матриці індексів якісних показників (матриці індексів змінної структури);

- визначення інтегрального показника ефективності за формулою середньої геометричної з індексів змінної структури, зростання яких характеризує підвищення ефективності діяльності.

Пропозиції, надані у розвиток теорії та практики бізнес-управління діяльністю підприємств ритейлу, що ґрунтуються на застосуванні сучасного методичного інструментарію оцінки ефективності їх економічної діяльності підприємств, дозволять:

- систематично отримувати інформацію про стан та рівень ефективності комерційної діяльності підприємства;

- розбиратися у причинах зниження ефективності і своєчасно реагувати на їх усунення;

- оптимізувати і значно підвищити якість управлінських рішень з підвищення ефективності господарювання та економічного зростання.