

ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА АДАПТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Аналіз соціально-економічного розвитку підприємств торгівлі свідчить про те, що недостатня ефективність суб'єктів господарювання в галузі пов'язана не лише з несприятливими макроекономічними умовами, але і багато в чому залежить від їх здатності орієнтуватися в умовах мінливої конкурентної ринкової економіки.

Адаптація підприємств, зокрема торговельних, до динамічних ринкових умов нині стає ключовою проблемою економіки, від вирішення якої залежать як найближчі, так і віддалені перспективи соціально-економічного розвитку держави.

У зв'язку з цим теоретичні і практичні розробки щодо адаптації торговельних підприємств в умовах конкурентного середовища, у тому числі засобами організації й управління, спрямованими на підтримку постійної відповідності попиту і пропозиції на товари і послуги, є актуальною проблемою сучасності.

При розробці адаптаційних заходів щодо конкретного торговельного підприємства ми вважаємо за необхідне враховувати основні внутрішньо фірмові фактори, які пропонується об'єднати в три основні групи, за кожною з яких необхідно застосовувати відповідні адаптаційні заходи.

Перша група – організаційно-економічні фактори включає: використання прийомів і методів підвищення інтенсивності господарської діяльності; вирішення комплексу завдань оптимізації розмірів торговельного підприємства, раціоналізації вибору формату торговельного підприємства, його товарної спеціалізації; подальший розвиток спеціалізації і кооперації; вдосконалення організації праці і торгово-технологічних процесів; зниження господарського ризику; поліпшення якості бізнес-планів і прогнозування; посилення трудової мотивації; підвищення кваліфікації кадрів.

До другої групи – торгово-технологічні фактори, що сприяють забезпеченню конкурентоспроможності торговельного підприємства, запобіганню банкрутству, адаптації підприємства торгівлі до мінливих ринкових умов господарювання, – відносяться: поліпшення використання всіх видів ресурсів і техніко-технологічного потенціалу підприємства; підвищення якості товарів і рівня торговельного обслуговування; зниження ресурсо- і трудомісткості торговельної діяльності; оптимізація торгово-технологічних процесів і торгово-

технологічної структури підприємства; впровадження ефективних технологій.

До третьої групи – соціальні фактори, що сприяють розробці механізмів адаптації, мотивації трудової діяльності, – можна віднести наступні: підвищення рівня оплати праці; стимулювання розвитку творчих здібностей, новаторства, креативності персоналу і керівників; зменшення диференціації доходів за групами працівників; підвищення міри змістовності праці; розвиток соціальної інфраструктури підприємства; поліпшення умов праці та якості життя; зміна статусу найнятого працівника; підвищення культури торговельного обслуговування.

Торгово-технологічні, організаційно-економічні та соціальні фактори, що сприяють адаптації і підвищенню ефективності господарювання торговельних підприємств, тісно взаємозв'язані. Найбільший синергетичний ефект вони дають при системному використанні.

Дослідження дозволили нам виділити загальні важливі заходи, що дозволяють торговельним підприємствам успішно адаптуватися в умовах мінливого конкурентного ринкового середовища:

- підготовка і перепідготовка фахівців і персоналу підприємства для роботи в мінливих конкурентних ринкових умовах господарювання;

- створення підрозділів і служб, що відповідають сучасним вимогам ринку (служб фінансового обслуговування, економіко-правової роботи, моніторингу та ін.);

- підбір і введення в штатний розклад нових фахівців, що мають достатні знання в області менеджменту, маркетингу, фінансів і кредиту, банківської справи, цінних паперів, комерційно-посередницької діяльності, підприємництва;

- оптимізація господарської діяльності з урахуванням ефективного використання ресурсного потенціалу, вибір найбільш раціональної товарної спеціалізації;

- застосування нової техніки, сучасних технологій;

- оновлення обладнання і машин на основі лізингових операцій;

- створення власних цехів і виробничих підрозділів;

- розширення торгових і торгово-посередницьких зв'язків, розширення торговельної мережі і магазинів;

- розвиток сучасних форм стимулювання праці (безтарифна система оплати, контрактна система найму і оплати праці, введення програм страхування і накопичення);

- активна співпраця з науковими і учбовими закладами, тощо.