

Л.І. Лачкова, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Ю.А. Мельник, студ. (*ХДУХТ, Харків*)

СТРАТЕГІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ РИЗИКУ

Тривала економічна криза, знецінення національної грошової одиниці, системна банківська криза, що відбуваються в Україні, є джерелом подальшої нестабільності і гальмування економіки, чинником зростання безробіття, поширення бідності та загострення соціально-політичних, фінансових та криміногенних ризиків. Отже, сучасні підприємства торгівлі функціонують у складній структурі економічної, соціальної, політичної сфер, у яких конкуренція, кон'юнктура ринку швидко змінюються, існує необхідність якісної перебудови усіх сфер життя, що обумовлюють ризик і підвищену увагу до управління ним. Ризик стає необхідним елементом розробки стратегії комерційної діяльності підприємств торгівлі, що обумовлює актуальність напрямку дослідження. Дослідженню ризику у теперішній час приділяється велика увага. Слід відмітити дослідження науковців І.О. Бланка, І.Т. Балабанова, Е.Н.Станиславчика, Г.В. Чернової, Е.О Чавутяна., М.А Сидорова., Н.В.Хохлова та ін. Однак чисельність наукових розробок з питань сутності та значення ризику у торгівлі обмежена.

Найважливішим чинником діяльності підприємств торгівлі, що дозволяє прогнозувати задачі та можливі шляхи їх вирішення, сприяє зниженню ризику при виборі рішення, є стратегічне планування. Стратегічне планування включає багато аспектів управлінської діяльності: розподіл ресурсів, внутрішнє узгодження та координацію, покращення взаємозв'язків з навколишнім середовищем, обґрунтовані прогнозів та пропозицій на базі аналізу стратегічних альтернатив та прийняття стратегії. Як довели дослідження, тільки на рівні розробки стратегії діяльності підприємства торгівлі можна провести комплексну оцінку усіх можливих впливів зовнішнього і внутрішнього середовища, у тому числі і негативних. При розробці стратегії діяльності підприємств торгівлі в умовах ризику необхідно враховувати основні правила такої діяльності. На підставі аналізу існуючих розробок та дослідження діяльності підприємств торгівлі пропонуємо виділити такі основні принципи, на яких базується діяльність підприємств торгівлі: зростання (збереження) вартості

підприємства, вибір оптимальних варіантів вкладення капіталу з урахуванням кон'юнктури ринку, досягнення оптимального співвідношення між рівнем ділової активності і рівнем підприємницького ризику, розвиток матеріально-технічної бази, використання сучасних технологій у галузі торгівлі, інформаційних технологій в управлінні, укріплення фінансового стану і положення на ринку, гнучке реагування на потреби ринку. Відповідно до цих принципів має розроблятися стратегія діяльності підприємства торгівлі в умовах ризику. Перш за все необхідно визначити сутність стратегії діяльності підприємства торгівлі. Узагальнюючи матеріали наукових розробок з цього питання, зазначимо, що стратегія діяльності підприємства торгівлі – це визначення основних його довгострокових цілей та завдань, а також комплексу заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей. Дослідження довели, що успішна фінансово-господарська діяльність підприємства майже на 70% залежить від стратегічної спрямованості, на 20% – від ефективності оперативного управління і на 10% – від якості виконання поточних завдань. Сутність розробки і реалізації стратегії підприємства торгівлі в умовах ризику полягає в обранні із великої кількості альтернатив такого напрямку розвитку, який би мінімізував можливі ризики та забезпечував діяльність підприємства за обраним напрямком.

Основними складовими стратегії підприємств торгівлі, особливо у ситуації ризику, є: визначення цілей підприємства (розуміється розробка принципів подальшого розвитку, визначення місця на ринку), визначення потенційних покупців (цільового сегменту маркетингових досліджень), організація торговельно-технологічного процесу, розробка методів доставки товарів, контроль та аналіз здійснених заходів. Стратегічне управління передбачає визначення підприємством своїх ключових позицій у перспективі залежно від пріоритетних напрямків. Виходячи з цього, доцільно виділити декілька видів стратегій, які може обрати підприємство торгівлі: стратегія маркетингу, товарно-ринкова стратегія, стратегія капіталовкладень, стратегія поглинання, конкурентна стратегія, орієнтації на розвиток експортної діяльності, стратегія управління диверсифікацією діяльності, стратегія зовнішньо-економічної експансії. Вибір тієї чи іншої стратегії залежить від типу підприємства, його розміру, цілей та завдань, які обирає підприємство, його життєвого циклу. Але, яку б стратегію не обрало підприємство, вона повинна бути реальною, чіткою, прозорою, гнучкою, забезпечувати альтернативність вибору дій, мобілізувати усі чинники підвищення прибутковості підприємства торгівлі.