

Тетяна Борисівна ГОРОДЕЦЬКА

к.е.н., доцент, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5091-380X>

e-mail: gorodetskayaa85@gmail.com

Алла Григорівна ІВАЩЕНКО

к.е.н., доцент, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6297-4183>

e-mail: algriv3@gmail.com

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Повномасштабне російське вторгнення стало серйозним випробуванням для трансформаційних процесів української економіки, що змусило власників бізнесу кардинально змінити формат роботи. Виникли суттєві перешкоди у транспортно-логістичній діяльності, сфері внутрішньої та зовнішньої торгівлі, відтік трудових ресурсів. Незважаючи на значні труднощі, вітчизняні підприємці мають продовжувати працювати та тримати економічний фронт, а тому підвищення комерційної ефективності є ключовим аспектом діяльності торговельних підприємств.

Ключові слова: комерційна діяльність, ефективність, оцінювання, торговельне підприємництво

ВСТУП

Сьогодення економіки України характеризується трансформаційними процесами практично в усіх сферах суспільно-господарської системи країни. Особливістю такої трансформації в Україні є те, що протягом тридцяти років незалежності відбувалося становлення та розвиток ринкової економіки, а з початку повномасштабної війни напрям економічної трансформації має бути суттєво змінено на інноваційну економічну систему, що забезпечить швидке соціально-економічне відновлення та новітній розвиток підприємництва. Повномасштабне російське вторгнення стало серйозним випробуванням для трансформаційних процесів української економіки, що змусило власників бізнесу кардинально змінити формат роботи, виникли суттєві перешкоди у транспортно-логістичній діяльності, сфері внутрішньої та зовнішньої торгівлі, відтік трудових ресурсів. Так, деякі підприємства повністю припинили свою діяльність, деякі тимчасово призупинили роботу, а деякі пристосувалися до реалій війни та намагаються розвиватися, ставлячи перед собою як основне завдання – виживання, а не розвиток та отримання прибутку.

Тому основним завданням, що стоїть перед керівництвом країни, є створення умов для повноцінного функціонування та поступального розвитку сучасних ринкових відносин, оптимального конкурентного середовища для підприємницької діяльності.

Незважаючи на значні труднощі, вітчизняні підприємці мають продовжувати працювати та тримати економічний фронт.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті застосовано методи дослідження: наукової абстракції, статистичних спостережень, аналізу та синтезу.

МЕТА статті – вирішення проблеми розроблення напрямів та заходів підвищення ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ

Усе різноманіття підприємницької діяльності ділиться на три основних види: виробниче, комерційне,

соціальне. Більш детально зупинимося на комерційному підприємстві.

Сутність поняття комерційна діяльність розглядали багатьма вітчизняними науковцями, такими як І. Виноградська, В. Апоній, І. Марченко, Л. Дашков, Т. Сєрьогіна, В. Захарченко, Є. Бельтюков, І. Школа, Л. Осипова, а також зарубіжними – Ф. Котлер, Г. Дж. Болт, Дж. Мейкетс, Дж. Боуен, Д. Рікардо. Серед авторів, які досліджували напрями підвищення комерційної ефективності підприємницьких структур слід відзначити таких, як І. Продіус, Т. Сєрьогіна, В. Захарченко, І. Дахно, В. Боярська. Не дивлячись на широке висвітлення цієї тематики, досі залишаються невирішеними питання, пов'язані з особливістю управління комерційною діяльністю в умовах трансформаційних процесів.

Комерційне підприємництво – це діяльність, пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг (купля-продаж предметів споживання та засобів виробництва, надання послуг) [2].

Вивчаючи наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, визначено, що є багато трактувань «комерційної діяльності», основні з яких показано у табл. 1.

Автори дійшли висновку, що комерційна діяльність зводиться не лише до торгівлі товарами чи надання послуг, – це поняття набагато ширше й включає в себе комплекс заготівельних, інвестиційних, логістичних операцій, направлених на комерціалізацію товарів (послуг) з метою одержання прибутку.

Для більшого розуміння сутності комерційної діяльності, наведемо її структуру (табл. 2), яка поділена на три структурні елементи, кожен з яких має свої завдання та функції.

Комерційна діяльність базується на дотриманні таких принципів:

- дотримання чинного законодавства (зокрема обов'язкова державна реєстрація суб'єкта підприємництва, сплата податків тощо);
- клієнтоорієнтованість, забезпечення культури обслуговування споживачів;
- робота на результат, задоволення клієнтів та власну ефективність;

Таблиця 1 – Трагування категорії «комерційна діяльність» (узагальнено автором)

Визначення категорії «комерційна діяльність»
спосіб реалізації комерційних процесів як послідовного виконання операцій, які забезпечують економічні, організаційні, правові соціальні аспекти товарно-грошового обміну;
діяльність з купівлі-продажу і зберігання товарів з метою задоволення споживчого попиту та отримання прибутку;
комерційна діяльність являє собою частину підприємницької діяльності на товарному ринку і відрізняється від неї переважно лише тим, що не охоплює власне процес виготовлення товару чи надання послуги;
виконання торгово-організаційних операцій за високої культури торгівлі;
вільна гуртова купівля-продаж товарів без будь-яких адміністративних примусів;
посередницька діяльність з просування товарів від виробників до споживачів за допомогою купівлі-продажу;
продаж товарів, розвиток торгової мережі, впровадження механізації, проведення рекламних заходів;
діяльність із забезпечення купівлі-продажу товарів з метою отримання максимально можливого прибутку в умовах наявних правових норм.

Таблиця 2 – Структура комерційної діяльності

№	I блок Оптова торгівля	№	II блок Оптова торгівля – роздрібна торгівля	№	III блок Роздрібна торгівля – сфера споживання
1	Визначення потреб у товарах та послугах	7	Розроблення асортиментної політики і формування асортименту на оптових підприємствах	12	Формування асортименту в роздрібній торгівлі
2	Пошук і вибір конкурентоспроможних постачальників	8	Оперативне маневрування запасами і ресурсами	13	Застосування ефективних методів оптового продажу товарів
3	Організація системи зв'язку і формування товарних ресурсів	9	Вибір каналів і форм оптового продажу товарів	14	Надання комплексу торговельних послуг покупцям
4	Визначення ефективних форм і організація оптових закупівель товарів	10	Організація товаропостачання роздрібною мережею	15	Комбінування торговельної та неторговельної діяльності
5	Оптимізація товаропросування	11	Організація системи послуг і надання їх оптовим покупцям		
6	Облік і контроль надходження товарів				
16	Виконання комерційно-посередницьких операцій				
17	Проведення рекламних заходів				
18	Здійснення допоміжних операцій				

– матеріальна та фінансова відповідальність у здійсненні комерційної діяльності (якщо підприємницька структура має декілька засновників, то їх права та обов'язки прописуються у статуті та установчому договорі підприємства);

- етика поведінки;
- забезпечення конкурентоспроможності шляхом застосування методів цінової політики, оптимізації асортименту, запровадженням активних методів продаж, покращенням рівня культури торгівлі;
- прогнозування комерційних ризиків та вміння адаптуватися до них;
- застосування інструментів маркетингу у діяльності;
- управління фінансами;
- цифровізація бізнесу.

Отже, комерційною діяльністю визнається діяльність, яка в умовах турбулентного та конкурентного середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу для задоволення потреб споживачів, отримання прибутку та масштабування комерційної діяльності.

Ефективність комерційної діяльності досліджується поетапно та включає в себе збір необхідної інформації, проведення опитування чи застосування методу експертних оцінок, проводяться аналітичні розрахунки, прогноз показників майбутньої діяльності, розглядаються можливі сценарії подальшої комерційної діяльності, обґрунтовуються стратегічні рішення для підви-

щення ефективності комерційної діяльності (табл. 3).

Залежно від одержаних результатів комерційна ефективність може бути різною (табл. 4).

Аналіз та контроль комерційної діяльності потрібно здійснювати системно. Постійний моніторинг комерційної діяльності забезпечує обґрунтування ефективних напрямів та перспектив подальшого ведення підприємницької діяльності. Механізм аналізу ефективності комерційної діяльності подано у табл. 5.

Запропонований механізм аналізу ефективності комерційної діяльності забезпечує постійний моніторинг стану всіх комерційних операцій підприємницької структури.

Запропоновану систему управління комерційним розвитком торговельного підприємства показано на рис. 1.

Основна мета цієї системи – максимізація прибутку, тобто підвищення ефективності комерційної діяльності.

Система управління комерційним розвитком підприємницької структури регламентує порядок та послідовність дій, що виконуються суб'єктами комерційної діяльності та направлені на її об'єкти під впливом турбулентності зовнішнього та внутрішнього підприємницького середовища.

Для реалізації перерахованих заходів підвищення комерційної ефективності пропонується вдосконалений інструментарій маркетингу (табл. 6).

Запропоновані заходи забезпечать вихід на нові ринки збуту, збільшення клієнтської бази, розширення асортименту продукції.

Таблиця 3 – Алгоритм дослідження комерційної ефективності

Назва етапу	Характеристика
Концептуально-інформаційний	Збір інформації, необхідної для проведення аналізу комерційної діяльності підприємства, перевірка її на достатність, адекватність та точність.
Аналітично-розрахунковий	Аналіз основних показників комерційної діяльності підприємства за обраними напрямками. Здійснення поточного аналізу (аналіз середовища, аналіз результативності та ефективності), додаткового аналізу (вплив витрат на результати комерційної діяльності та підсумкового аналізу, економетричні моделі впливу комерційних витрат на результати господарської діяльності підприємства), обчислити комплексні оцінки середовища, результативності та ефективності комерційної діяльності. Здійснення SWOT-аналізу на основі результатів аналізу.
Етап аналітичного планування та моделювання	Оцінювання методів альтернатив майбутнього сценарію стану комерційної діяльності. Побудова прогнозу на 1,5-2 роки. Розроблення плану з підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства.

Таблиця 4 – Види комерційної ефективності [1]

Види ефектів комерційної діяльності	Характеристика
Економічний	Відображає різні вартісні показники, які характеризують проміжні і кінцеві результати діяльності підприємницької структури. До таких показників відносять обсяг реалізованої продукції, величину одержуваного прибутку, економію ресурсів, різницю між продажем і закупівельною ціною товару.
Соціальний	Зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць, рівня зайнятості, покращення умов праці та побуту, стану довкілля, загальної безпеки життя, якості торговельного обслуговування, стабільності і постійного оновлення асортименту, запровадження сучасних методів продажу товарів, економії витрат часу на здійснення торговельного обслуговування тощо. Показники соціального ефекту, як правило, не підлягають кількісному вимірюванню і здебільшого вимірюються бальною системою, яка ґрунтується на оцінках експертів.
Локальний	Характеризує конкретний результат торгово-господарської діяльності підприємницької структури.
Господарський	Це спільний ефект від діяльності у сферах обертання виробництва і споживання, або галузевий ефект, пов'язаний з позитивними наслідками діяльності підприємницьких структур.

Таблиця 5 – Механізм аналізу ефективності комерційної діяльності

Мета	Порівняння планових показників з фактичними, аналіз отриманих результатів та методів їх підвищення
Завдання	Проведення дослідження, отримання результатів для аналізу, якісні пропозиції для подальшої комерційної діяльності підприємницької структури
Інформаційна база	Нормативні документи та звіти підприємства, інформація про зовнішні джерела
Методологія аналізу	Економіко-математичні методи аналізу, статистичні
Об'єкт аналізу	Комерційна діяльність підприємства
Суб'єкт аналізу	Діяльність підрозділів підприємства, постачальників, конкурентів, партнерів
Проведення аналітичних розрахунків	<ol style="list-style-type: none"> Здійснення поточного аналізу (макро та мікро): <ul style="list-style-type: none"> оцінювання зовнішніх та внутрішніх чинників здійснення комерційної діяльності; оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємницької структури; рівень корпоративної культури. Аналіз результативності: <ul style="list-style-type: none"> темпу приросту прибутку, доходу; загальної рентабельності; якості постачання, збуту, обслуговування споживачів. Аналіз ефективності: <ul style="list-style-type: none"> розрахунок показників ліквідності та платоспроможності діяльності; розрахунок показників автономії; рентабельності активів та капіталу; розрахунок фінансового важеля; оцінювання рівня безпеки та банкрутства. Проміжний аналіз: аналіз впливу комерційних витрат на результативні показники комерційної діяльності. Проведення SWOT-аналізу.
Проведення аналітичного планування	<ol style="list-style-type: none"> Побудова сценаріїв майбутньої діяльності. Оцінювання подальшої комерційної діяльності методом альтернатив. Прогноз показників комерційної діяльності. Розроблення стратегії та алгоритму заходів для підвищення ефективності комерційної діяльності. Контроль виконання стратегії підвищення ефективності комерційної діяльності.

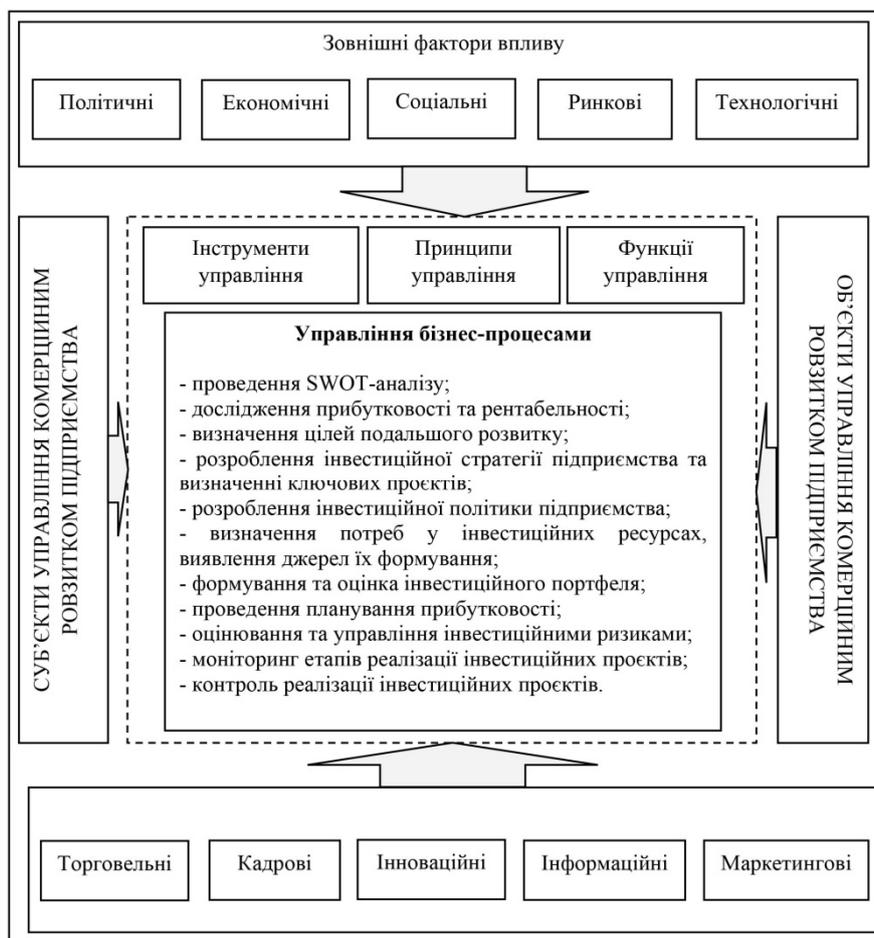


Рис. 1. Система управління комерційним розвитком підприємства [складено автором]

Таблиця 6 – Маркетинговий інструментарій для торговельного підприємства

Сфера застосування	Заходи	Терміни реалізації	Виконавець
Маркетинг	Проведення цільових маркетингових досліджень стосовно потреб ринку, змін у вподобаннях споживачів, розширення асортименту продукції та підвищення її якості, виявлення неконкурентних видів продукції.	1 місяць	Відділ маркетингу
	Зняття з продажу товарів з низьким рівнем попиту та зосередження на найбільш конкурентоспроможній продукції	1 місяць	Відділ продажу
	Пошук та вихід на нові ринки збуту.	1-3 місяця	Відділ маркетингу
	Проведення гнучкої цінової політики, розроблення програми лояльності, задля збільшення обсягів продажу.	1-3 місяця	Відділ маркетингу
	Введення нових асортиментних груп та активації діяльності у сфері збуту.	1-3 місяця	Відділ маркетингу

ВИСНОВКИ

Отже, основні заходи з підвищення ефективності комерційної діяльності – це вдосконалення маркетингового інструментарію та масштабування бізнесу.

У реалізації запропонованих заходів підприємству потрібно враховувати: війсьний стан та нестабільність політичної ситуації в країні. Військове вторгнення росії спричинила дестабілізуючий вплив на діяльність під-

приємницьких структур загалом та його основні складники: військово-політичну ситуацію, макроекономічну динаміку, державне регулювання та економічну політику, соціально-демографічну ситуацію; економічну кризу, яка склалася в країні; відтік людського потенціалу; складність логістики; недосконалість податкової системи; низький рівень прибутковості інвестицій та інвестиційні ризики.

Список використаних джерел

- Носач І.В., Водоласька Н.В. Аналіз сучасних проблем і перспектив розвитку підприємств в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 10. С. 247–252.
- Городецька Т.Б., Іващенко А.Г., Семерунь Л.В. Innovative marketing in the strategic management of an industrial

enterprise. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 2. С. 28-33.

3. Бабух І. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10 (1). С. 23–26.

4. Чміль Г.Л. Комплексна оцінка ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2018. Т. 29 (68). №4. С. 117-122.

References

1. Nosach I.V., Vodolazska N.V. Analysis of modern problems and prospects for the development of enterprises in Ukraine. *Business Inform*. 2021. No. 10. pp. 247–252. (in Ukrainian).

2. Horodetska T.B., Ivashchenko A.H., Semerun L.V. Innovative marketing in the strategic management of an industrial enterprise. *Economics. Finances. Law*. 2019. No. 2. pp. 28-33. (in Ukrainian).

3. Babukh I. Theoretical approaches to the analysis of commercial activity and its management. *Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy*. 2016. Issue 10 (1). pp. 23–26. (in Ukrainian).

4. Chmil H.L. Comprehensive assessment of the effectiveness of commercial activity of retail enterprises. *Academic notes of TNU named after V.I. Vernadskyi*. 2018. Vol. 29 (68). № 4. pp. 117-122. (in Ukrainian).

Tetiana HORODETSKA

PhD in Economics, Associate Professor, Odesa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5091-380X>

e-mail: gorodetskayaa85@gmail.com

Alla IVASHCHENKO

PhD in Economics, Associate Professor, Odesa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6297-4183>

e-mail: algriv3@gmail.com

DIRECTIONS OF INCREASING THE COMMERCIAL EFFICIENCY OF A TRADING ENTERPRISE

Today's economy of Ukraine is characterized by transformational processes in almost all spheres of the country's socio-economic system. The peculiarity of such a transformation in Ukraine is that during the thirty years of independence, the formation and development of a market economy took place, and since the beginning of a full-scale war, the direction of economic transformation must be significantly changed to an innovative economic system that will ensure rapid socio-economic recovery and the latest development of entrepreneurship. The full-scale Russian invasion became a serious test for the transformation processes of the Ukrainian economy, which forced business owners to radically change the format of work, there were significant obstacles in transport and logistics activities, in the field of domestic and foreign trade, and the outflow of labor resources. Thus, some enterprises have completely stopped their activities, some have temporarily suspended their work, and some have adapted to the realities of the war and are trying to develop, setting themselves the main task of survival, not development and making a profit.

Therefore, the main task facing the country's leadership is to create conditions for the full functioning and progressive development of modern market relations, an optimal competitive environment for entrepreneurial activity.

Despite significant difficulties, domestic entrepreneurs must continue to work and maintain the economic front.

Therefore, the main measures to improve the efficiency of commercial activity are the improvement of marketing tools and business scaling.

When implementing the proposed measures, the enterprise must take into account: martial law and instability of the political situation in the country; the economic crisis that has developed in the country; outflow of human potential; complexity of logistics; imperfection of the tax system; low level of investment profitability and investment risks.

Keywords: *commercial activity, efficiency, evaluation, trade entrepreneurship*