

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Необхідність забезпечення умов для розвитку підприємств висуває вимоги цілеспрямованого формування їх потенціалу, величина якого не є детермінованою ні в часі, ні в просторі. Зі зміною стану підприємства відбувається трансформація його можливостей, ускладнюється їх структура, відбувається переорієнтація вектора їх формування. Оскільки в теорії управління опис змін, що відбуваються в організації діяльності підприємства та зумовлюють трансформацію його стану, становить предмет розроблення концепції організаційного життєвого циклу, то дослідження процесу формування потенціалу має відбуватися саме в контексті різних стадій життєвого циклу підприємства. Знання тих факторів і закономірностей, що характерні для різних етапів розвитку підприємства, сприятимуть розробленню своєчасних і адекватних вимогам внутрішнього середовища стратегій розвитку, що свідчить на користь актуальності обраної проблематики досліджень [1].

Торговельні підприємства, для яких інформаційні технології відіграють важливу роль, все більше уваги останнім часом надають сучасним ІТ-рішенням і системам, зокрема збільшилась необхідність для ефективного інструментарію формування управлінської звітності, можливості визначення, зміни та відслідкування ключових показників ефективності, можливості планування і прогнозування споживчого попиту, підвищення лояльності покупців.

Торгівля відіграє важливу роль у здійсненні обміну товарів та послуг як на регіональному, так і державному рівнях. Вона встановлює тісні зв'язки між містом і селом, забезпечує постійний кругообіг ресурсів, враховує інтереси та задовольняє потреби учасників товарообміну. Торгівля визначає місце та роль кожного товару і послуги на ринку, виявляє зміну попиту, стимулює виробництво. Особливістю торгівлі в Україні є швидка трансформація традиційних форм організації торгівлі, неефективне державне регулювання та корупція [3].

Торгівля стрімко розвивається в Україні, є важливою галуззю народного господарства і складною економічною системою. Вона охоплює низку взаємодіючих між собою підсистем, основними серед яких є підприємства оптової і роздрібно торгівлі, ресторанного господарства. У монографії ми зосередимо свою увагу на діяльності малих підприємств роздрібно торгівлі.

Підприємства на стадії становлення прагнуть забезпечити, в першу чергу, нарощування обсягів діяльності. Тому для їх переходу до стадії зростання акценти мають бути зроблені на посиленні маркетингу, розвитку організаційної структури, яка здатна забезпечити ефективну координацію зростаючої організації, пошуку джерел фінансування. Привабливість стадії зростання має і зворотний бік, пов'язаний із хронічною нестачею фінансових ресурсів для підтримки досягнутих темпів розвитку. Тому перед підприємством постає дилема – прискорений розвиток або операційна ефективність. Зосередження на другому аспекті сприяє переходу на стадію зрілості, основними «двигунами» якого є фокусування на внутрішніх процесах, акцент на цілі порівняно з упором на засоби [1; 2], професійний менеджмент, посилення ролі брендингу. Звичайно, природним для будь-якого підприємства можна визнати бажання закріпитися на стадії зрілості, але таке прагнення досить важко реалізувати в повсякденному житті, яке кожного дня готує підприємству нові виклики. Основою життєздатності підприємства, на думку автора, є успішне впровадження концепції управління потенціалом з його постійною орієнтацією на створення цінності. Якщо ціннісна пропозиція підприємства ґрунтується на його потенціалі та відповідає очікуванням зовнішнього середовища в будь-який момент часу, то підприємство може досить стабільно розвиватися тривалий час. Але критичним елементом потенціалу в такому разі будуть адаптаційні та інноваційні здібності (або відповідно до сучасних напрямків досліджень в менеджменті – динамічні здібності). Для продовження стадії зрілості саме їх формування створить платформу необхідних організаційних і технологічних змін. Досягнення стадії занепаду в будь-якому випадку не може розглядатися як цільовий пріоритет розвитку підприємства, тому для запобігання такому переходу важливо налагодити систему моніторингу розвитку, яка дозволяє вчасно виявити ознаки «бюрократизації» підприємства – надмірну жорсткість організаційної структури, орієнтацію на короткострокові цілі, втрату інстинкту «самозбереження».

На сьогодні перед вітчизняними промисловими підприємствами стоїть ряд складних завдань, зумовлених нестабільністю розвитку економіки: адаптація діяльності підприємства до ринкових умов господарювання, визначення цілей діяльності і стратегії їх досягнення, пошук споживачів і нових ринкових можливостей, фінансових коштів. Вирішення цих і багатьох інших проблем висуває нові вимоги до форм і методів управління і планування, які повинні відображати зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі, і гнучко реагувати на них. Реалізація цих вимог визначає необхідність перебудови системи управління, формування механізму адаптаційного розвитку підприємств з метою досягнення фінансових результатів і конкурентних переваг. Головною умовою адаптації підприємств до швидкозмінюваного зовнішнього середовища може бути формування системи стратегічного планування, яка забезпечує раціональніше використання обмежених ресурсів, сприяє послідовній розробці й реалізації управлінських рішень, орієнтує на стійкий розвиток в умовах ринку. Проте, як показав аналіз практичної діяльності ряду промислових підприємств, планова діяльність зводиться, як правило лише до поточного короткострокового планування, а питання стратегічного планування залишаються без належної уваги. У цих умовах особливу актуальність набуває проблема теоретичного обґрунтування формування системи стратегічного планування й вирішення методичних і практичних завдань щодо її реалізації на промислових підприємствах. Система стратегічного планування на промислових підприємствах являє собою сукупність

організаційно-економічних методів і прийомів, спрямованих на вирішення завдань адаптації підприємства до зовнішніх умов діяльності.

З метою більш повного охоплення всіх підсистем, що забезпечує ефективність її функціонування, запропоновано виділити шість підсистем: інформаційне забезпечення, прогнозування варіантів розвитку зовнішніх подій, оцінювання й вибір стратегічних рішень, організаційно-методичне забезпечення процесу планування, систему планів підприємства, оцінювання ефективності реалізації стратегічних планів. Для здійснення стратегічного планування запропоновано таку структуру стратегічного плану промислового підприємства: опис основних цілей і пріоритетних напрямів діяльності; стратегія маркетингу; продуктова стратегія; виробничо-технологічна стратегія; стратегія розвитку виробництва; стратегічний фінансовий план; стратегія персоналу; оцінка ризику і страхування; додатки. Запропонована вище структура стратегічного плану рекомендується для промислових підприємств, що мають досвід планової роботи, тому що організація подібної системи стратегічного планування вимагає використання великого обсягу інформаційних ресурсів, значних фінансових і трудових витрат, а також певних професійних навичок з планування.

Для якісного функціонування торговельного підприємства необхідно цілеспрямовано управляти його інноваційним розвитком, що являє собою забезпечення ефективного функціонування певного інноваційного процесу торговельної діяльності і як результат – забезпечення стійкого конкурентного становища на ринку, а також отримання прибутку в майбутньому періоді. Однак цілі самої інноваційної діяльності можуть бути різними: від задоволення нової потреби покупця до скорочення витрат і часу в процесі здійснення якого-небудь торговельного процесу. Але при цьому незалежно від мети інноваційної діяльності головною метою управління має бути досягнута ефективність функціонування бізнес-процесів і торговельного підприємства загалом.

Підвищення інноваційної активності сприятиме покращенню господарської діяльності та збільшенню оборотів і прибутку торговельних підприємств, дасть змогу досягти високого рівня конкурентоздатності вітчизняного виробництва та забезпечити якісне життя громадян.

Таким чином, виходячи з результатів проведеного дослідження можна зробити висновки, що запровадження інноваційних технологій є досить важливим завданням для здійснення ефективного функціонування торговельних підприємств. Інноваційні процеси в торгівлі знаходяться на етапі інтенсивного розвитку, про що свідчить широкий спектр інноваційних технологій, які використовуються підприємствами торгівлі. Адже використання прогресивних технологій відкриває перед торговельними підприємствами нові можливості і перспективи для підвищення рентабельності, а також значно підвищує його імідж і ставлення покупців до підприємства.

#### **Список використаної літератури:**

1. Бозуленко О.Я. Запровадження сучасних інноваційних технологій у діяльність роздрібних торговельних підприємств / О.Я. Бозуленко, О.Ю. Бозуленко // Сталий розвиток економіки. – 2013. - №1. – С. 141-144.
2. Онищенко О. С. Економічна сутність інноваційної діяльності торговельних підприємств / О. С. Онищенко // Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. – Л. : НЛТУ України, 2012. – Вип. 17.5. – С. 167-171.
3. Маталка С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С.М. Маталка. – Луганськ : Вид-во "Ноулідж". – 2011. – 210 с.
4. Орловська Ю.В. Управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посібн. / Ю.В. Орловська.