

УДК 338.585

ДРАЖНИЦЯ С. А.

Хмельницький національний університет

ЦІНА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

На основі критичного аналізу таких економічних понять, як «ціна», «вартість», «ефект», «ефективність», «комерційна діяльність», автор визначає поняття «ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства». Трактуючи даного поняття супроводжується авторським визначенням кола факторів, що впливають та визначають цей показник. З метою оптимізації ціни ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства автор пропонує конкретні практичні заходи.

Ключові слова: ефект, ефективність, комерційна діяльність, ціна ефективності.

DRAZHNYTSYA S.

Khmelnitsky National University

PRICE OF EFFICIENCY OF COMMERCIAL ACTIVITY OF A TRADING ENTERPRISE

The purpose of this study is to determine the essence of the category «the price of the efficiency of commercial activities of a trading enterprise», the definition of the range of factors on which this category depends and the formation of practical recommendations for optimizing a certain indicator at domestic enterprises of the trade and intermediary industry. On the basis of a critical analysis of such economic concepts as «price», «cost», «effect», «efficiency», «commercial activity», the author defines the concept of «the cost of the commercial activity of a commercial enterprise» as a ratio between the size of trade, as the total effect of commercial activity, and total costs for the creation and use of funds involved in the commercial process, its organization and implementation. The interpretation of this concept is accompanied by the author's definition of the range of factors that influence and determine this indicator. Such factors are the level of organization and automation of the company's commercial activities, the level of financial security, the qualifications of the staff, the breadth and quality of the commercial service, etc. Thus, the price of the commercial activity of a trading enterprise is an important economic indicator that reflects the quality of the performance of commercial activity by a particular trading enterprise. In order to optimize the price of the commercial activity of the trade enterprise, the author suggests that in case of shortage of current assets the domestic retailers apply a rational economy policy or change the business model of their enterprise somewhat, orienting it to expand and use advanced methods and means of trade, logistics and communication support. In extremely difficult situations, it is advisable for trade enterprises to use these measures in parallel.

Keywords: effect, efficiency, commercial activity, price efficiency.

Постановка проблеми. За останні декілька років Україна пережила багато різних структурних і системних трансформацій, змін та реформ. Одні з них принесли позитивний результат, інші такого результату не принесли, але були й такі реформи, які здатні принести позитивний результат лише за певних умов. Причому, дані умови не завжди є досяжними через брак ресурсів. Це загальноекономічна тенденція, яка поширюється на усі галузі народного господарства, у тому числі і на комерційну діяльність торговельних підприємств. Оскільки торгівля є надто динамічною галуззю народного господарства, то вона має максимально швидко реагувати на усі зміни навколишнього середовища, змінюватись відповідно до зміни умов задля досягнення високого рівня ефективності своєї діяльності. Проте, останнім часом все частіше трапляються випадки, коли торговельне підприємство після проведення змін не може досягти бажаного рівня ефективності через великі затрати задля проведення самих змін. Іншими словами, зміни на краще можуть невиправдано дорого коштувати підприємству.

Таким чином, керівництво торговельного підприємства постає перед цілком реальною проблемою – що робити, аби підняти ефективність комерційної діяльності за прийнятних умов? Дана проблема в умовах сьогодення набуває великої актуальності. Вирішенню цієї проблеми і присвячується наше дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Варто відмітити, що питанням аналізу ефективності комерційної діяльності присвячені ряд наукових праць провідних вчених-економістів, серед яких Апопій В.В. [1, с. 433–440], Балабанова Л.В. [2, с. 34–58], Башнянин Г.І. [3, с. 65–79], Дразниця С.А. [4], Савицька Г.В. [6, с. 242–338], та ін. У працях зазначених вчених чітко визначено суть комерційної діяльності та її функції, основні ознаки і критерії ефективності комерційної діяльності, фактори впливу, тощо. Ми у своїх попередніх працях розглядали основні методичні підходи до визначення економічної ефективності електронної комерції. Проте питання умов або ціни досягнення ефективності комерційної діяльності торговельним підприємством в науковій літературі висвітлено недостатньо. Саме цей факт і обумовив вибір даної теми для проведення дослідження.

Постановка завдання. Таким чином, метою даного дослідження є визначення суті ціни ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства, факторів впливу на неї та шляхів оптимізації. Відповідно, основними завданнями дослідження є наступні:

- визначити суть та структуру поняття «ціна ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств»;

- вивчити фактори впливу на ціну ефективності;
 - запропонувати практичні шляхи оптимізації ціни ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Усім давно відомо, що ціна – це фундаментальна економічна категорія, яка відображає грошову вартість товарів, робіт чи послуг, включаючи собівартість та додану вартість, яка є джерелом формування прибутку підприємства. Але у цьому визначенні нічого не сказано про процеси зокрема, та діяльність в цілому. Це дає підстави замислитись, а чи можна, взагалі, застосовувати категорію «ціна» до іншої економічної категорії – «ефективність»? Чи таке словосполучення взагалі може існувати чи ні?

На пленарному засіданні шістнадцятої міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми планування в ринкових умовах», яка відбулась 15–17 вересня 2017 року в місті Одеса, професор Криворізького національного університету Зінченко Олена Антонівна у своєму виступі обґрунтовувала доцільність використання такого терміну, як «якість прибутку». Оцінювати якість прибутку Олена Антонівна запропонувала за стабільністю позитивної тенденції росту самого прибутку. На нашу думку, якість прибутку краще оцінювати за рівнем витрат підприємства на досягнення певного його рівня та використання цього прибутку, адже в переважній більшості прибуток має цільовий характер використання. Таким чином, ми маємо грошовий вираз вартості прибутку, а отже і його ціну. Оскільки прибуток – це економічний результат діяльності комерційного підприємства (у тому числі й торговельного), то ціна прибутку є нічим іншим як ціною економічної ефективності комерційної діяльності даного підприємства. Основними факторами, які впливають на даний показник, є рівень організації та автоматизації комерційної діяльності торговельного підприємства, рівень його фінансової стійкості та забезпеченості, кваліфікація персоналу, широта та якість торговельного обслуговування, тощо.

Проте, у даному випадку ми говоримо лише про економічну ефективність комерційної діяльності підприємства. Але ж діяльність будь-якого комерційного підприємства оцінюється не лише за рівнем економічного ефекту. Діяльність підприємств окрім економічної ефективності характеризується ще й соціальною ефективністю, організаційною та технологічною, або як її ще називають «операційною». Структура цих видів ефективності напряму залежить від функцій (видів діяльності) різних підприємств. Так, скажімо, основним видом діяльності торговельних підприємств є комерційна діяльність, яка у свою чергу складається із набору різних за своєю суттю бізнес-процесів. Відомо, що складовими бізнес-процесами комерційної діяльності торговельного підприємства є деякі маркетингові процеси (аналіз ринку, вивчення і формування купівельного попиту та стимулювання збуту, пошук джерел товаропостачання), організаційно-економічні процеси (організація та планування закупівельної роботи, організація, прогнозування та планування збуту товарів, управління асортиментом товарів та товарними запасами, організація транспортно-логістичної діяльності, налагодження господарських зв'язків та контроль за виконанням умов договорів і контрактів), а також суто технологічні процеси, що пов'язані із доведенням товарної маси від виробника до споживача (підготовка товарів до продажу, фасування, маркування та викладка товарів у торговому залі, зберігання та транспортування товарів, виконання торгово-технологічного процесу тощо). Очевидно, що ефективність комерційної діяльності торговельного підприємства в цілому складається із сукупності ефективностей кожного її бізнес-процесу, які мають і свою ціну. Таким чином, ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства визначається сумарним значенням ціни кожного її бізнес-процесу, які ми зазначили вище:

$$C_{\kappa\delta} = \sqrt[n]{C_1 + C_2 + C_n}, \quad (1)$$

де $C_{\kappa\delta}$ – ціна комерційної діяльності торговельного підприємства,
 C_1-C_n – ціна окремих бізнес-процесів комерційної діяльності торговельного підприємства,
 n – кількість бізнес-процесів комерційної діяльності.

Із даної формалізації ціни комерційної діяльності торговельного підприємства витікає цілком закономірне питання – як же визначити ціну кожного її бізнес-процесу окремо, якщо вони абсолютно різні за своєю суттю? Вирішити дане питання ми пропонуємо взявши за основу підхід, запропонований професором Орловим Олівером Олексійовичем, щодо визначення маржинального прибутку за видами продукції. Формально даний підхід має такий вигляд:

$$M = P - V, \quad (2)$$

де M – рівень маржинального прибутку одиниці продукції,
 P – ціна одиниці продукції,
 V – змінні витрати на одиницю продукції.

Цінність даного підходу полягає у можливості визначення прибутковості (а отже і ціни ефективності) кожної одиниці продукції у загальній номенклатурі підприємства.

Оскільки ми аналізуємо не продукцію чи послуги, а бізнес-процеси комерційної діяльності торговельного підприємства, то формула визначення ціни ефективності кожного окремого бізнес-процесу матиме наступний вигляд:

$$C_{\delta n} = E_{\delta n} - V_{\delta n}, \quad (3)$$

де $C_{\delta n}$ – ціна ефективності окремого бізнес-процесу,
 $E_{\delta n}$ – ефективність бізнес-процесу,
 $V_{\delta n}$ – витрати на виконання бізнес-процесу.

За даною формулою ми бачимо, що ціна ефективності (прибутковості) окремого бізнес-процесу визначається як різниця між розміром його економічного ефекту та затратами на його реалізацію. Оскільки будь-який процес чи діяльність, у тому числі і комерційна діяльність торговельного підприємства, окрім економічних показників має ще й часовий вимір, то для визначення рівня ціни її ефективності варто визначити залежність усіх її основних якісних показників, таких як ціна ефективності, прибуток та час.

Відомо що збільшення ціни призводить до збільшення прибутку. При цьому, прибуток збільшиться не миттєво, а протягом якогось часу. Тобто, з часом прибуток буде збільшуватись, а ціна, відповідно, зменшуватись. Таким чином, такі категорії як ціна й прибуток мають прямо пропорційну залежність, а ось ціна і час – навпаки обернено пропорційну залежність. Формально дана залежність матиме такий вигляд:

$$C_{\text{ко}} = \frac{P}{t}, \quad (4)$$

де $C_{\text{ко}}$ – ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства,
 P – прибуток (ефективність) комерційної діяльності торговельного підприємства,
 T – період часу комерційної діяльності торговельного підприємства.

На практиці таку залежність можна прослідкувати за таким прикладом. З метою збільшення розміру товарообороту, як економічного ефекту комерційної діяльності торговельного підприємства, дане підприємство придбало нове торговельне обладнання, здійснивши певні фінансові витрати. Відразу після придбання нового обладнання розмір товарообороту торговельного підприємства збільшився, але ще не покрив вартості даного обладнання, а тому ціна такого ефекту (ріст товарообороту) є досить високою. Проте з часом, коли завдяки динаміці росту товарообороту торговельного підприємства його прибуток подвоїться чи потроїться, повністю покривши витрати на придбання обладнання, ціна ефективності такої оборудки буде зведеною до нуля.

Виходячи із формули 4, за необхідності, з легкістю можна визначити прогностичний відрізок часу, необхідний для реалізації запланованого проекту, знаючи його ціну та плановий розмір ефективності (прибутку) (формула 5), та навпаки – встановити плановий прибуток виходячи із ціни проекту та ліміту часу на його реалізацію (формула 6).

$$t = \frac{P}{C} \quad (5)$$

$$P = C \cdot t \quad (6)$$

Отже, даний підхід дає можливість структурно проаналізувати ціну ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства з метою розробки програми її оптимізації. Так, до прикладу, з метою оптимізації ціни ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства можна запропонувати, у разі нестачі оборотних активів, застосувати політику раціональної економії, або ж дещо змінити бізнес-модель підприємства, зорієнтувавши його на розширення та використання прогресивних методів і засобів торгівлі, логістики та комунікаційного забезпечення. У вкрай складних ситуаціях торговельним підприємствам доцільно застосовувати ці стратегії паралельно.

Висновок. Таким чином, ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства – це важливий економічний показник, який відображає якість здійснення комерційної діяльності тим чи іншим торговельним підприємством. Він складається із ціни усіх бізнес-процесів, що входять у структуру комерційної діяльності та залежить від розміру їх ефекту та часу виконання. Ціна ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств є відображенням доцільності реалізації окремих бізнес-процесів у короткостроковій та довгостроковій перспективі та може бути використаною у процесі прийняття управлінських рішень. Оптимізувати ціну комерційної діяльності торговельного підприємства можна, наприклад, запровадивши політику раціональної економії ресурсів, або ж інтенсифікації комерційної діяльності через її автоматизацію та інформатизацію. Проте, полігамність самих бізнес-процесів комерційної діяльності торговельного підприємства та, відповідно, і факторів впливу на них, визначають перспективність подальших наукових досліджень у даному напрямку.

Література

1. Апопій В.В. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В.В. Апопія. – Вид. 2-е, перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
2. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика : навчальний посібник / Балабанова Л.В., Германчук А.М. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.
3. Башнянин Г.І. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій / Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Носов О.Ю. – Л. : Видавництво Львівської комерційної академії, 2003. – 157 с.
4. Дrajниця С.А. Деякі методичні підходи щодо оцінки ефективності онлайн-рjтейлу / С.А. Дrajниця // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2843&p=1>.

5. Орлов О.А. Маржинализм и проблемы измерения «полезности» / О. А. Орлов // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. Екон. науки. – 2012. – № 5, т. 1. – С. 7–11.

6. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібник. / Г.В. Савицька. – 3-є вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.

References

1. Apopii V.V. Komertsiiina diialnist : pidruch. / za red. prof. V.V. Apopiiia. – Vyd. 2-e, pererob. i dop. – K. : Znannia, 2008. – 558 s.
2. Balabanova L.V. Komertsiiina diialnist: marketynh i lohistyka : navchalnyi posibnyk / Balabanova L.V., Hermanchuk A.M. – K. : VD «Profesional», 2004. – 288 s.
3. Bashnianyn H.I. Komertsiiina diialnist pidpriemstv na tovarnomu rynku: problemy efektyvnosti torhovykh operatsii / Bashnianyn H.I., Lazur P.Iu., Nosov O.Iu. – L. : Vydavnytstvo Lvivskoi komertsiiinoi akademii, 2003. – 157 s.
4. Drazhnytsia S.A. Deiakі metodychni pidkhody shchodo otsinky efektyvnosti onlain-riteilu / S.A. Drazhnytsia // Efektyvna ekonomika : elektronne naukove fakhove vydannia. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2843&p=1>.
5. Orlov O.A. Marzhynalyzm y problemy yzmerenyia «poleznosty» / O. A. Orlov // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2012. – № 5, t. 1. – S. 7–11.
6. Savytska H. V. Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpriemstva : navch. posibnyk. / H.V. Savytska. – 3-ye vyd., vypr. i dop. – K. : Znannia, 2007. – 668 s.

Рецензія/Peer review : 12.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.