

ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

к.е.н., доц. Біловодська О.А., студентка гр. МК-91 Рибалка М.В.

Діяльність будь-якого підприємства орієнтована на максимальне задоволення потреб, і особливо це стосується підприємств сфери торгівлі, що безпосередньо контактують у своїй діяльності з кінцевими споживачами. Разом з цим, як і будь-яке інше, торговельне підприємство функціонує з метою забезпечення позитивних змін фінансового стану (для забезпечення умов подальшої діяльності), які можливі при систематичному моніторингу відповідних показників.

Так, для оцінки ефективності діяльності підприємств роздрібної торгівлі традиційно застосовують комплекс соціальних, економічних та техніко-технологічних показників [1]. Однак, на нашу думку, дана класифікація не дає змогу чітко розподілити показники відповідно до виду ефекту, який вони здійснюють на діяльність підприємства. Тому авторами систематизовано та розширено комплекс показників ефективності діяльності підприємства роздрібної торгівлі. Розширений перелік показників ефективності подано у табл. 1.

Таблиця 1 – Авторський підхід щодо виділення груп
основних показників ефективності
діяльності підприємств роздрібної торгівлі

№ п/п	Групи показників	Назва показника
1	2	3
1	Соціальні	- витрати часу на пошук товарів; - витрати часу на огляд і вибір необхідних товарів; - витрати часу на консультації; - витрати часу на розрахунок за покупку; - загальні витрати часу на здійснення однієї покупки
2	Економічні	- обсяг роздрібного товарообігу (за певний проміжок часу: місяць, рік); - обсяг роздрібного товарообігу на 1 м ² площі; - розмір прибутку, який припадає на 1 м ² площі

Продовження табл. 1

1	2	3
3	Фінансові	- прибуток; - рентабельність; - обсяги та рівень валових доходів;
4	Трудові (продуктивності праці)	- товарообіг на одного продавця; - час, який витрачає продавець на консультування покупців; - час, який витрачає касир на налаштування касового апарату (встановлення контрольної стрічки);
5	Інформаційні	- інтегральний показник інформаційного забезпечення (наявність автоматизованих систем управління (АСУ) для контролю звітності про стан підприємства); - коефіцієнти автоматизації та механізації;
6	Техніко-технологічні	- частка торгової площі в загальній площі магазину; - розміри заставленої та демонстраційної площі

Отже, перелічені групи показників ефективності діяльності підприємства роздрібної торгівлі спрямовані на:

1) *соціальні* показники – визначення раціональності витрат часу при здійсненні покупок;

2) *економічні* показники – визначення ефективності господарської діяльності (зокрема, за рахунок раціонального співвідношення обсягів товарів та торгової площі);

3) *фінансові* показники – оцінку результатів діяльності підприємства загалом (загальні доходи та витрати);

4) *трудові* показники (або показники продуктивності праці) – виявлення можливості економії затрат праці, які виникають внаслідок дій тих чи інших факторів;

5) *інформаційні* показники – розкриття рівня та адекватності управління підприємством;

6) *техніко-технологічні* показники – характеристику ступеня зв'язку між розмірами, структурою та організацією використання торговельної площі магазину.

1. Організація торгівлі: підручник / 2-ге вид., перероб. та доп. / В.В. Апопій, І.П. Мішук, В.М. Ребицький та ін. / за ред. В.В. Апопія. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 21-22.