

можливості використовувати заходи щодо зменшення витрат без погіршення рівня обслуговування покупців. Оптимізуючи витрати, підприємство може збільшити показники прибутковості, без впливу на якість продукту та рівень сервісного обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Бланк І.А. Торговельний менеджмент: навч. посіб. Київ, 2013. 345 с.
2. Потійко Ю.А. Формування оптимального розміщення оборотних активів суб'єктів господарювання. *Фінанси України*. 2019. №7. С.80-88.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ. Атіка, 2012. 235 с.

Чигрин О. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення ефективності діяльності торговельних підприємств є досить важливим завданням в умовах трансформації національної економіки, постійних змін, що відбуваються в економічній сфері та мінливості вподобань споживачів. Торговельним підприємствам окрім дослідження ефективності використання власної ресурсної бази. Оскільки специфікою підприємств, що діють в даній сфері є саме робота з людьми, як у внутрішньому середовищі (головним ресурсом є працівник), так і в зовнішньому (головним фактором досягнення запланованої результативності є достатня кількість споживачів) варто проводити якісну оцінку ефективності роботи з клієнтами та визначати соціальну ефективність роботи працівників.

Ефективність, як економічна категорія, направлена на формування уявлення про якісно-кількісну характеристику результатів діяльності за видами та в цілому. Показники, за допомогою яких оцінюють економічну ефективність,

є інформаційною базою прийняття управлінських рішень та мають відповідати таким основним вимогам:

- кількість параметрів визначається метою аналізу;
- вибір таких показників, що є зрозумілими для виконання та для подальшої інтерпретації;
- підкріплення кожного показнику достовірною та об'єктивною інформацією з реєстрів бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Оцінка економічної ефективності діяльності підприємства надає інформацію про рівень ефективності використання наявних ресурсів, результативність та ефективність бізнес-процесів, ефективність виробництва продукції тощо.

Як показує практика високоефективних підприємств, застосування аналізу отриманих результатів створює такі важливі переваги: забезпечує виявлення резервів на всіх напрямках діяльності; попереджає про можливі проблеми; стимулює менеджерів до реалізації своїх рішень у подальшій роботі; поліпшує координацію дій на фірмі; створює передумови для підвищення освітньої підготовки менеджерів; збільшує можливості в забезпеченні фірми необхідною інформацією; сприяє більш раціональному використанню ресурсів; підвищує ефективність контролю та ін.

В науковому просторі представлено декілька методичних підходів до проведення аналізу ефективності діяльності підприємства. Згідно класифікації А. Гончарука [63, с. 64] у вітчизняній теорії і практиці існують такі основні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства:

- 1) функціональний, коли оцінюється ефективність окремих функціональних напрямів діяльності підприємств, наприклад, маркетингової, управлінської, інноваційної і т. д.;
- 2) факторний, коли діяльність підприємства оцінюється за ефективністю використання тих або інших ресурсів (факторів) виробництва, наприклад, праці, матеріалів, енергії, інвестицій, інновацій і т. д.;
- 3) процесний, коли оцінюється економічна ефективність окремих процесів,

охоплюють все підприємство або його окремі підрозділи, наприклад, ефективність автоматизації виробництва;

4) комплексний, коли комплексно оцінюються різні аспекти діяльності підприємства за допомогою складної системи показників, наприклад, ділова активність, фінансова результативність, фінансова стійкість тощо.

На сьогодні існує багато авторських підходів до аналізу, специфічних показників та унікальних метрик оцінки економічних ефектів, однак, в сучасних ринкових умовах найбільш ефективним можна вважати системний підхід. Загально відомими визначенням системи є її розуміння як сукупності елементів, що перебувають у взаємодії, яке дане Л. Берталанфі [2]. Більшість визначень зводиться до одного: система – це сукупність взаємопов'язаних елементів, що утворюють комплексне єдине ціле. Основними її ознаками є:

- її конструкція, тобто певний порядок розташування певних елементів;
- цілі, для досягнення яких власне і створюються системи;
- розміщення елементів системи відповідно до заздалегідь встановленого порядку;
- критерії оцінки, які забезпечують оптимальне сполучення елементів системи.

Системний підхід до оцінки економічної ефективності діяльності підприємства передбачає:

- 1) раціональне поєднання статистичних і економіко-математичних методів дослідження з метою визначення впливу найвагоміших факторів на забезпечення ефективної діяльності;
- 2) визначення оптимальних обсягів вхідних ресурсів;
- 3) здійснення оцінки економічної ефективності діяльності підприємств з використання методів моделювання та інтегральних показників. Їх вміле застосування дозволить здійснити порівняння підприємства за конкурентами та визначати місце в галузевому рейтингу.

В цілому зазначений підхід дає змогу здійснювати всебічне оцінювання ефективності діяльності підприємств, дозволяє різнобічно оцінити ефективність діяльності підприємства, однак, вимагає при цьому розрахунку показників та коефіцієнтів, що ускладнює адекватне сприйняття результатів оцінки і знижує привабливість даного підходу для керівництва підприємств.

Список використаних джерел:

1. Goncharuk A.G. Formation of the mechanism of enterprise performance management: a case of the food industry of Ukraine. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2011. 306 p.
2. Bertalanffy L. von. General System Theory – A Critical Review // General Systems. Vol. VII. 1962. – P. 1-20.
4. Гринько Т.В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства / Т.В. Гринько, Д.В. Пасека // Економіка і менеджмент-2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 6 томах (м. Дніпропетровськ, 24-25 квітня 2014 р.). – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. – Т. 4. – С. 103-105.

Чумаченко Х. Л.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ СЕРВІСУ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Торгівля – сфера діяльності і вид економічної діяльності, спрямований на здійснення купівлі-продажу, обміну товарів, а також пов'язані з цим процеси: безпосереднє обслуговування покупців, доставка товарів, їх зберігання та підготовка до продажу. Залучити й утримати клієнтів у сфері торгівлі. Практики називають фактори, що впливають сервіс: кваліфікацію персоналу в торговому залі, дотримання порядку здійснення торгівлі в магазині, реклама та інформації, роботу програм лояльності.

Якісний сервіс має на увазі чітко вироблену систему обслуговування клієнтів. За словами експертів, в першу чергу, необхідно розробити регламентуючі документи, такі як посадові інструкції і стандарти роботи