

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА АДАПТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

О. Д. РАЧКОВАН

(Харківський державний університет харчування та торгівлі)

Анотація. Мета статті – дослідити і класифікувати фактори, що впливають на адаптивність підприємств торгівлі до динамічних умов ринку. Досліджено і систематизовано фактори, що впливають на адаптивність торговельних підприємств до динамічних умов конкурентного середовища. Параметрами, що визначають успішність адаптації підприємств торгівлі, є: тривалість функціонування, масштаби діяльності, матеріально-технічний рівень, продуктивність, розвиненість господарської й ринкової інфраструктури, взаємовідносини з господарюючими суб'єктами й органами влади, діяльність держави.

Ключові слова: адаптація, адаптивність, фактори адаптивності підприємств, ринок, підприємство торгівлі.

Більшість сучасних науковців [1–6] вважають, що адаптація – це не просто стан, а процес, що постійно розвивається. Змінилася ринкова ситуація – включається механізм адаптації, а в класичному варіанті він повинен спрацьовувати на випередження або синхронно.

Водночас досвід останніх років показав, що переважна більшість торговельних підприємств слабо підготовлена до роботи в мінливих умовах конкурентного ринку, а їх персонал здебільшого не знайомий із методами ведення боротьби за виживання в ринковому середовищі. Зважаючи на це, актуальним є розв'язання проблеми теоретичного обґрунтування і практичної розробки методів і засобів адаптації підприємств в умовах конкурентного середовища стосовно торгівлі, у тому числі засобами організації торгово-технологічних процесів і управління, спрямованими на підтримку постійної економічно доцільної відповідності пропозиції попиту в умовах мінливості останнього. Необхідно дослідити і класифікувати фактори, що впливають на адаптивність підприємств торгівлі до динамічних ринкових умов.

Дослідженню різних аспектів проблеми адаптації й адаптаційного процесу підприємств присвячені праці багатьох науковців, серед яких О. М. Аврамова, М. М. Буднік, Є. С. Галушко, С. А. Галушко, С. М. Глаголев,

Г. І. Дібніс, Є. В. Дем'янова, А. В. Козаченко, Ю. Л. Степанова та ін. [1–8]. При цьому більшість досліджень присвячені вивченню сутності та змісту процесу адаптації, а також формуванню економічного механізму адаптації промислових підприємств. Дослідження ж факторів, що впливають на адаптивність підприємств торгівлі до динамічних умов ринку з урахуванням їх галузевої специфіки, здебільшого залишалося поза увагою науковців.

Мета статті полягає в систематизації факторів, що впливають на адаптивність підприємств торгівлі до динамічних ринкових умов.

За сучасних умов процес адаптації господарюючого суб'єкта до зміни навколишніх умов функціонування має бути активним, тому що успішно працювати в кризових умовах можна тільки тоді, коли трудові колективи самі вибирають і реалізують тактику інтенсивного розвитку свого підприємства, а не просто тактику виживання. Процес активного пристосування до зміни навколишніх умов ми пов'язуємо зі здатністю трудового колективу в умовах макроекономічного регулювання, що змінилися, увійти до режиму нормального функціонування, і допомогти підприємству досягти рівня розширеного відтворення до меж достатньої рентабельності, що дозволяє відшкодувати витрати, виконати зобов'язання перед інвесторами, державою і трудовим колективом.

У наш час завдання забезпечення адаптивності торговельних підприємств у мінливому конкурентному ринковому середовищі полягає у безперервному пошуку нових організаційних підходів до його вирішення. При цьому сьогодні економічний зміст завдання полягає в тому, щоб визначити достатній (мінімально необхідний) рівень початкового інвестування для запуску механізму адаптації і подальших витрат на підтримку адаптивного стану операційної системи торговельного підприємства з метою збереження життєздатності й розвитку суб'єкта господарювання в умовах конкуренції.

Цілі підприємств, що успішно розвиваються, за сучасних умов можна кваліфікувати за чотирма різновидами: освоєння нових напрямів і видів діяльності, нарощування потенціалу в обраній сфері, виживання і максимізація поточних прибутків. Відповідно, перша і друга цілі є стратегічними, а цілі виживання і максимізації прибутку – тактичні. Отже, виживання характеризує адаптивно-пасивну лінію розвитку торговельного підприємства, а максимізація прибутку – адаптивно-активну.

Відносно визначення і розробки стратегічних напрямів господарської діяльності певний інтерес представляють праці С. М. Глаголева [4–5], у яких, зокрема, розглянута концепція стратегічного менеджменту. Також зроблений акцент на первинне забезпечення «економічного зростання, що базується на розвиненій ринковій економіці» [4, с. 87]. Ефективність же управління виражається в тому, що економічне зростання, як головний об'єкт управління, в стратегічній довгостроковій перспективі дозволяє суспільству більш повно реалізувати поставлені економічні цілі та здійснювати нові широкомасштабні програми [7].

Економічне зростання визначається дією різноманітних чинників і умінням використати їх відповідно до конкретних умов функціонування економіки загалом і підприємств зокрема. До них можна зарахувати: якість управління на всіх рівнях ієрархії, вплив на обсяги та масштаби діяльності використовуваних технологій, диверсифікацію діяльності, вплив на реалізацію товарів (послуг) ринкових законів товарного обміну тощо.

Дія вищеназваних чинників простежується на двох рівнях:

- мікрорівень (підприємство) – реалізація законів технології операційної діяльності; реалізація законів товарного обміну, розвиток (джерела фінансування, податкові пільги) відповідності виробничих можливостей потребам ринку, програмі реалізації та ін.;
- макрорівень (держава) – чинники суспільного розвитку; рівень державного регулювання господарських процесів, рівень розвитку продуктивних сил, участь у міжнародному розподілі праці, соціально-економічна і політична стабільність, рівень монополізації природних ресурсів, демографічні чинники, інвестиційна політика держави (податкова і кредитна політика, дотації і субсидії, регулювання фінансів) тощо.

Відмінності чинників макро- і мікрорівнів обумовлено тим, що економічне зростання на рівні держави, з одного боку, є похідною функцією економічного зростання на підприємстві, а з іншого – залежить від політики держави, від використовуваного нею господарського механізму розвитку. Оскільки економічне зростання на рівні держави є похідним від економічного зростання кожного підприємства, то вона (держава) повинна ретельно аналізувати розвиток продуктивних сил, темпів і чинників економічного зростання, їх особливостей, щоб мати реальну основу для практичної діяльності. Держава повинна кожного разу уточнювати ті конкретні проблеми економічного зростання, розв'язати які можливо лише втрутившись. Отже, постійне спостереження (моніторинг) перебігу адаптаційних процесів за умов удосконалення і розвитку ринкових відносин стає однією з головних функцій держави.

Безумовно, діяльність будь-якого підприємства в кінцевому підсумку націлена на отримання прибутку. Але це є внутрішньою проблемою кожного суб'єкта господарювання. Підприємство зуміє вижити, адаптуватися на ринку тільки тоді, коли воно зможе задовольняти певну потребу зовнішнього середовища. Тому при розробці стратегічного розвитку підприємства передусім необхідно вивчити зовнішнє середовище.

Аналіз зовнішнього середовища означає процес, за допомогою якого розробники стратегії контролюють зовнішні щодо підприємства чинники для того, щоб визначити можливості й потенційні небезпеки. Вивчення зовнішнього середовища відкриває для торговельного підприємства шляхи своєчасної реакції на загрози для господарського суб'єкта, що з'явилися на ринку, і здатність до розробки ділових акцій, які в змозі не лише запобігти цим загрозам, але й отримати з цієї ситуації вигідні можливості.

Не менш важлива проблема виживання – виявлення внутрішнього потенціалу торговельного підприємства, його сильних і слабких сторін. Для цього необхідно розглянути маркетингову діяльність підприємства, його фінансовий стан, проаналізувати управління торгово-технологічними процесами та операціями, кадровий склад, імідж підприємства тощо.

Слід постійно пам'ятати, що зовнішнє середовище дуже активно (багатофакторно) впливає на стан торговельного підприємства. Останньому необхідно постійно адаптуватися до нього, одночасно підлаштовуючи свою адаптивну систему (самоналагоджувальну, самоорганізуючу). Ось чому, на наш погляд, механізм адаптації органічно вписується в організаційно-господарську діяльність підприємства торгівлі, що успішно розвиваються.

Аналіз соціально-економічного розвитку підприємств торгівлі свідчить про те, що недостатня ефективність суб'єктів господарювання в галузі пов'язана не лише з несприятливими макроекономічними умовами, але і значною мірою залежить від їх здатності орієнтуватися в умовах мінливої конкурентної ринкової економіки.

Адаптація підприємств, зокрема торговельних, до динамічних ринкових умов нині стає ключовою проблемою економіки, від розв'язання якої залежать як найближчі, так і віддалені перспективи соціально-економічного розвитку держави.

У зв'язку з цим теоретичні та практичні розробки щодо адаптації торговельних підприємств в умовах конкурентного середовища, у тому числі засобами організації й управління, спрямованими на підтримку постійної

відповідності попиту і пропозиції на товари і послуги, є актуальною проблемою сучасності.

При розробці адаптаційних заходів щодо конкретного торговельного підприємства ми вважаємо за необхідне враховувати основні внутрішньофірмові фактори, які пропонується об'єднати в три основні групи, за кожною з яких необхідно застосовувати відповідні адаптаційні заходи.

Перша група – організаційно-економічні фактори включає: використання прийомів і методів підвищення інтенсивності господарської діяльності; вирішення комплексу завдань оптимізації розмірів торговельного підприємства, раціоналізації вибору формату торговельного підприємства, його товарної спеціалізації; подальший розвиток спеціалізації і кооперації; вдосконалення організації праці та торгово-технологічних процесів; зниження господарського ризику; поліпшення якості бізнес-планів і прогнозування; посилення трудової мотивації; підвищення кваліфікації кадрів.

До другої групи – торгово-технологічні фактори, що сприяють забезпеченню конкурентоспроможності торговельного підприємства, запобіганню банкрутству, адаптації підприємства торгівлі до мінливих ринкових умов господарювання, – належать: поліпшення використання всіх видів ресурсів і техніко-технологічного потенціалу підприємства, підвищення якості товарів і рівня торговельного обслуговування, зниження ресурсо- і трудомісткості торговельної діяльності, оптимізація торгово-технологічних процесів і торгово-технологічної структури підприємства, впровадження ефективних технологій.

До третьої групи – соціальні фактори, що сприяють розробці механізмів адаптації, мотивації трудової діяльності, – належать такі: підвищення рівня оплати праці; стимулювання розвитку творчих здібностей, новаторства, креативності персоналу та керівників, зменшення диференціації доходів за групами працівників, підвищення міри змістовності праці, розвиток соціальної інфраструктури підприємства, поліпшення умов праці та якості життя, зміна статусу найнятого працівника, підвищення культури торговельного обслуговування.

Торгово-технологічні, організаційно-економічні та соціальні фактори, що сприяють адаптації і підвищенню ефективності господарювання торговельних підприємств, тісно взаємозв'язані. Найбільший синергетичний ефект вони дають у разі системного використання.

Дослідження дозволили нам виокремити загальні важливі заходи, що дозволяють торговельним підприємствам успішно адаптуватися в умовах мінливого конкурентного ринкового середовища:

- підготовка і перепідготовка фахівців і персоналу підприємства для роботи в мінливих конкурентних ринкових умовах господарювання;

- створення підрозділів і служб, що відповідають сучасним вимогам ринку (служб фінансового обслуговування, економіко-правової роботи, моніторингу та ін.);

- підбір і введення в штатний розклад нових фахівців, що мають достатні знання у сфері менеджменту, маркетингу, фінансів і кредиту, банківської справи, цінних паперів, комерційно-посередницької діяльності, підприємництва;

- оптимізація господарської діяльності з урахуванням ефективного використання ресурсного потенціалу, вибір найбільш раціональної товарної спеціалізації;

- застосування нової техніки, сучасних технологій;

- оновлення обладнання і машин на основі лізингових операцій;

- створення власних цехів і виробничих підрозділів;

- розширення торгових і торгово-посередницьких зв'язків, розширення торговельної мережі і магазинів;

- розвиток сучасних форм стимулювання праці (безтарифна система оплати, контрактна система найму і оплати праці, введення програм страхування і накопичення);

- активна співпраця з науковими і навчальними закладами тощо.

Зазначимо, що основними параметрами, що визначають успішність адаптації торговельних підприємств до зовнішнього середовища, є: тривалість функціонування підприємства, масштаби його діяльності, матеріально-тех-

нічний рівень, продуктивність, розвиненість господарської й ринкової інфраструктури (матеріально-технічне забезпечення, консультаційні послуги, ринкова інформація та ін.), взаємовідносини з господарюючими суб'єктами й органами державного управління, що в сукупності утворюють зовнішнє середовище життєдіяльності торговельного підприємства, діяльність держави щодо формування зовнішнього середовища для суб'єктів господарювання (законодавство, інфраструктура та ін.).

ЛІТЕРАТУРА

1. Аврамова Е. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов / Е. Аврамова, І. Гурков // Вопросы экономики. – 1997. – № 11. – С. 145–149.

Avraamova E. Adaptatsiya promyishlennykh predpriyatiy k rynochnym usloviyam / E. Avraamova, I. Gurkov // Voprosy ekonomiki. – 1997. – № 11. – S. 145–149.

2. Буднік М. М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання : автореф. дис. ... канд. ек. наук : 08.06.01 / М. М. Буднік ; ХДЕУ. – Харків, 2002. – 14 с.

Budnik M. M. Adaptatsiya promisloviy pidpriemstv dorinkovih umov gospodaryuvannya : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01 / M. M. Budnik ; HDEU. – Harkiv, 2002. – 14 s.

3. Галушко Є. С. Обґрунтування організаційно-економічного механізму адаптації підприємства / Є. С. Галушко, С. А. Галушко // Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. – Вип. 130/2012. Серія : Економіка і фінанси. – Севастополь, 2012. – С. 43–47.

Galushko E. S. Obgruntuvannya organizatsiyno-ekonomichnogo mehanizmu adaptatsiyi pidpriemstva / E. S. Galushko, S. A. Galushko // Visnik SevNTU : zb. nauk. pr. – Vip. 130/2012. Seriya : Ekonomika i finansy. – Sevastopol, 2012. – S. 43–47.

4. Глаголев С. Н. Методологические основы формирования механизма адаптации промисловых предприятий в условиях меняющейся рыночной среды : монография / С. Н. Глаголев. – Белгород : БГТУ, 2007. – 163 с.

- Glagolev S. N. Metodologicheskie osnovy formirovaniya mehanizma adaptatsii promyshlenniyhpredpriyatiyusloviyahmenyayuscheysyaryinochnoy sredy: monografiya / S. N. Glagolev. – Belgorod : BGTU, 2007. – 163 s.
5. Глаголев С. Н. Факторы, влияющие на возможность адаптации промышленных предприятий к современным условиям / С. Н. Глаголев // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 25. – С. 63–66.
- Glagolev S. N. Faktoryi, vliyayuschie na vozmozhnost adaptatsii promyshlenniyhpredpriyatiy k sovremennym usloviyam / S. N. Glagolev // Ekonomicheskiy analiz: teoriya i praktika. – 2009. – № 25. – S. 63–66.
6. Дібніс Г. І. Фактори, що визначають адаптивні можливості підприємства до змін кон'юнктури ринку / Г. І. Дібніс, Є. В. Дем'янова // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. – Луганськ : СХУ ім. Володимира Даля, 2008. – № 3 (27). – С. 153–161.
- Dibnis G. I. Faktori, scho viznachayut adaptivni mozhlivosti pidpriemstva do zmln kon'yunkturi rinku / G. I. Dibnis, E. V. Dem'yanova // Upravlinnya proektami ta rozvitok virobnitstva : zb. nauk. pr. – Lugansk : SNU im. Volodimira Dalya, 2008. – № 3 (27). – S. 153–161.
7. Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : монография / А. В. Козаченко, В. П. Пonomarev, А. Н. Ляшенко. – Киев : Лібра, 2003. – 280 с.
- Kozachenko A. V. Ekonomicheskaya bezopasnost predpriyatiya: suschnost i mehanizm obespecheniia : monografiya / A. V. Kozachenko, V. P. Ponomarev, A. N. Lyashenko. – Kiev : Libra, 2003. – 280 s.
8. Степанова Ю. Л. Класифікація адаптації підприємства в залежності від прогнозованості виникнення змін у зовнішньому середовищі підприємства [Електронний ресурс] / Ю. Л. Степанова. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSunU/2010_2_2/Stepanova.pdf. – Назва з екрана.
- Stepanova Yu. L. Klasifikatsiya adaptatsiyi pidpriemstva v zalezhnosti vid prognozovanosti viniknennya zmin u zovnishnomu seredovischi pidpriemstva [Elektronniy resurs] / Yu. L. Stepanova. – Rezhim dostupu: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSunU/2010_2_2/Stepanova.pdf. – Nazva z ekrana.

О. Д. Рачкован (Харьковский государственный университет питания и торговли). **Факторы, влияющие на адаптивность предприятий торговли.**

Аннотация. Цель статьи – исследование и классификация факторов, влияющих на адаптивность предприятий торговли к динамическим условиям рынка. Исследованы и систематизированы факторы, влияющие на адаптивность торговых предприятий к динамическим условиям конкурентной среды. Параметрами, определяющими успешность адаптации предприятий торговли, являются: длительность функционирования, масштабы деятельности, материально-технический уровень, производительность, развитость хозяйственной и рыночной инфраструктуры, взаимоотношения с хозяйствующими субъектами и органами власти, деятельность государства.

Ключевые слова: адаптация, адаптивность, факторы адаптивности предприятий, рынок, предприятие торговли.

O. Rachkovan (Kharkiv State University of Food Technology and Trade). **Factors affecting trade adaptive enterprise.**

Summary. Aims and objectives: research and classification of factors affecting the adaptability of sale to dynamic market conditions. Studied and systematized factors affecting the adaptability of commercial enterprises to the dynamic competitive environment. The parameters for the successful adaptation of sale are as follows: duration of operation, scope of activities, material and technical level, productivity, development of economic and market infrastructure, relationships with businesses and authorities of the state.

Keywords: adaptation, adaptability factors of adaptability of enterprises, market, trade.