

Перелік посилань:

1. Рожок И. М. Идентификация изменений финансового состояния предприятия при оценке его способности к продолжению деятельности в условиях кризиса Управление развитием сложных систем (20 – 2014). – С. 121-128.

## ОЦІНКА ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ

А.М. Волосов

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Процес формування конкурентних переваг підприємств ритейлу знаходиться під впливом певної кількості чинників зовнішнього та внутрішнього середовищ їх функціонування. Звісно, що їх вплив є різноспрямованим, тобто таким, що створює загрози або певні можливості для виявлення та створення конкурентних переваг. Своєчасна та адекватна реакція на зміни, у першу чергу, зовнішнього середовища дає змогу менеджменту підприємств ритейлу створювати, реалізовувати та розвивати конкурентні переваги. Вплив зовнішнього середовища на діяльність з формування конкурентних переваг можна визначити шляхом оцінки ділової активності суб'єктів господарювання. Оцінка ділової активності підприємств була започаткована низкою європейських країн після другої світової війни як прагнення державних органів управління отримати інформацію від керівників підприємницького сектору відомості про стан на певному конкурентному ринку товарів і послуг та очікування щодо перспектив розвитку керованих ними структур. Опитування керівників вітчизняних суб'єктів господарювання щодо зміни економічного стану підконтрольних їм підприємств та очікуваних перспектив їх розвитку на регулярній основі (щоквартально) здійснюються в Україні з 1998 р. Оцінка ділової активності підприємств проводилась за такими видами економічної діяльності: промисловість, будівництво, роздрібна торгівля, сфера послуг і сільське господарство. Її методологічні засади та результати проведення з 1998 р. по 2014 р. були проаналізовані раніше [1].

Зараз несучільне вибіркоче обстеження «Стан ділової активності підприємств» здійснюється відповідно рекомендацій щодо організації та проведення обстежень ділової активності підприємств, викладених в Об'єднаній гармонізованій програмі ЄС щодо обстежень тенденцій ділової активності бізнесу та споживання (The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys: User Guide) та Керівництві ОЕСР із обстежень ділової активності (Business Tendency Surveys). 3 І кв. 2015 р. в практику запроваджено розрахунок індикаторів ділової впевненості в промисловості, будівництві, роздрібній торгівлі, сфері послуг, сфері фінансових послуг відповідно до Методики розрахунку індикаторів ділових очікувань за вимогами розширеного Спеціального стандарту поширення даних МВФ. Згідно з Методикою здійснюється розрахунок індикатора ділового клімату (у динаміці з І кв. 2015 р.) та індикатора економічних настроїв (у динаміці з І кв. 2017 р.). Обидві методики опитування дозволяють виявити тенденції ділової активності національного бізнесу та споживання.

Індикатор економічних настроїв утворюється узагальненням індикаторів ділової впевненості в: переробній промисловості, будівництві, роздрібній торгівлі, сфері послуг та індикатору споживчої впевненості. Його динаміка за період з I-го кв. 2017 р. по II-й кв. 2018 р. є позитивною – з 84,5 % до 104,1 % (тобто +25,6 %), незважаючи на стабільно низькі щоквартальні значення індикаторів ділової впевненості в будівництві (-27...-20) та індикатора споживчої впевненості (-29...-28) [2]. В свою чергу, індикатор ділової впевненості в роздрібній торгівлі визначається балансуванням відповідей респондентів щодо очікувань стану їх ділової активності за показниками зміни товарообороту, товарних запасів, цін, кількості зайнятих. Динаміка індикатора ділової впевненості в роздрібній торгівлі за період 2015-2018 рр., на відміну від двох наведених вище індикаторів, характеризується тенденцією його поступового зростання з -12 (I кв. 2015 р.) до 5 (I кв. 2018 р.) [2]. За результатами обстеження підприємств роздрібної торгівлі виявлено такі очікування респондентів щодо стану їх ділової активності на I квартал 2018 р. порівняно з попереднім кварталом: зменшення обсягу замовлень товарів у роздрібній торгівлі; уповільнення темпів збільшення кількості працівників на підприємствах роздрібної торгівлі; зростання цін реалізації товарів у роздрібній торгівлі. Таким чином, оцінка стану ділової активності та очікувань бізнесу в цілому та підприємств ритейлу зокрема, шляхом визначення наведених індикаторів дає конкретні орієнтири, які можуть слугувати підґрунтям обґрунтування управлінських рішень для формування конкурентних переваг.

Перелік посилань:

1. Смольнякова Н.М., Волосов А.М. Оцінка ділової активності підприємств роздрібної торгівлі / Н.М. Смольнякова, А.М. Волосов // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: пробле ми, перспективи, ефективність: міжнар. наук.-практ. конф. : тези у 2-х ч. – Х. : ХДУХТ, 2014. – Ч. 2. – С. 137-138.

2. <http://www.ukrstat.gov.ua/>