

Розвиток ефективності підприємств торгівлі в швидкозмінних умовах ринкового середовища

Грибик Ігор Іванович¹, Гавран Володимир Ярославович²,
Комар Юрій Олександрович³

Опубліковано	Секція	УДК
30.10.2023	Економіка	33.057.7:658

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10123133>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. Метою дослідження є характеристика особливостей розвитку ефективності підприємств торгівлі в швидкозмінних умовах ринкового середовища. Доведено, що ринкове середовище характеризується швидкозмінними умовами через сукупність факторів, які постійно еволюціонують та взаємодіють між собою, створюючи нові виклики та можливості для бізнесу. Визначено, що ця динаміка обумовлена технологічними інноваціями, що прискорюють розвиток та впровадження нових продуктів і послуг, зміною споживчих вподобань та поведінки, що вимагає від підприємств більшої оперативності в адаптації до потреб ринку, а також глобалізацією, яка сприяє зростанню конкуренції та збільшенню масштабів діяльності компаній. Встановлено, що швидкозмінні умови ринкового середовища — це характеристика сучасного ринку, яка підкреслює швидкість та непередбачуваність змін, що відбуваються у зовнішньому бізнес-середовищі компанії. Це включає зміни в економіці, технологіях, соціальних тенденціях, політичних умовах, екологічних стандартах, законодавстві та в культурі. Визначено сутність поняття «ефективність підприємства торгівлі в швидкозмінних умовах ринкового середовища». З'ясовано, що розвиток ефективності підприємства торгівлі в швидкозмінних умовах ринкового середовища — це процес неперервного вдосконалення і адаптації бізнес-моделей, стратегій управління, операційних процедур та маркетингових підходів підприємства з метою підтримання та підвищення його конкурентоспроможності, доходів та інших показників ефективності у відповідь на швидкі зміни в зовнішньому бізнес-середовищі. Виокремлено ключові зміни в діяльності підприємств торгівлі внаслідок умов зумовлених пандемією COVID-19. Встановлено основні шляхи підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі при швидкозмінних умовах ринкового середовища.

Ключові слова: ринкове середовище, швидкозмінні умови, підприємства торгівлі, ефективність підприємств.

¹кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту організацій, Національний університет «Львівська політехніка», 79013, м. Львів, вулиця Степана Бандери, 12, <https://orcid.org/0000-0002-8726-509X>

²кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту організацій, Національний університет «Львівська політехніка», 79013, м. Львів, вулиця Степана Бандери, 12, <https://orcid.org/0000-0002-6833-941X>

³аспірант кафедри менеджменту та міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка», 79013, м. Львів, вулиця Степана Бандери, 12, <https://orcid.org/0009-0001-6753-7393>

Developing the efficiency of trade enterprises in a rapid market environment

Abstract. The purpose of the study is to characterize the characteristics of the development of the efficiency of trading enterprises in the rapidly changing conditions of the market environment. It has been proven that the market environment is characterized by rapidly changing conditions due to a combination of factors that are constantly evolving and interacting with each other, creating new challenges and opportunities for business. It has been determined that this dynamics is due to technological innovations that accelerate the development and introduction of new products and services, changes in consumer preferences and behavior, which require enterprises to be more responsive in adapting to market needs, as well as globalization, which contributes to increased competition and an increase in the scale of company activities. It has been established that rapidly changing conditions of the market environment are a characteristic of the modern market, emphasizing the speed and unpredictability of what is happening in the external business environment of the company. This includes changes in the economy, technology, social trends, political conditions, environmental standards, legislation and culture. The essence of the concept “efficiency of a trading enterprise in a rapidly changing market environment” is determined. It was found that the development of the efficiency of a trading enterprise in a rapidly changing market environment is a process of continuous improvement and adaptation of business models, management strategies, operational procedures and marketing approaches of the enterprise in order to maintain and increase its competitiveness, income and other performance indicators; rapid changes in external business environment. Key changes in the activities of trading enterprises due to conditions caused by the COVID-19 pandemic are highlighted. The main ways to increase the efficiency of trading enterprises under rapidly changing conditions of the market environment have been established.

Keywords: market environment, rapidly changing conditions, trading enterprises, enterprise efficiency.

Вступ

Постановка проблеми. На всіх історичних етапах розвитку зовнішньої торгівлі вплинули на вирішення економічних проблем на різних рівнях: народного господарства в цілому та окремих регіонів, об'єднання, компанії. Зовнішньоекономічні зв'язки стали каталізатором економічних перетворень в Україні. Вони й швидкозмінні умови ринкового середовища активно впливають на формування ринкових структур та механізмів, сприяють початковому накопиченню капіталу, створенню конкурентного середовища та визначенню ринкової мотивації у вітчизняному бізнесі, представляючи його до зарубіжного досвіду підприємництва. Сьогодні у структурі зовнішньоекономічної діяльності України, як у всій економіці країни, відбуваються глибокі зміни. Якщо перед зовнішньою торгівлею, і, відповідно, імпортом товарів та послуг, є винятковою сферою діяльності держави, то сьогодні ситуація змінилася: Україна пішла шляхом лібералізації зовнішньої торгівлі, вільного доступу до участі підприємств, організацій та інших суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми використання розвитку ефективності підприємств торгівлі розкривалися в працях З. Г. Армстронг, Б. Берман, Д. Гілберт, П. Діксон, П. Дойль, П. Друкер, Дж. Еванс, С. Кові, Ф. Котлер, К. Келлер, Ж.- Ж. Ламбен, М. Криштанович та інші. Однак ряд теорій і концепцій що стосується специфіки швидкозмінних умов ринкового середовища, досі залишаються не розкритими в повній мірі, що і зумовило вибір даної тематики і її сучасну актуальність.

Метою дослідження є характеристика особливостей розвитку ефективності підприємств торгівлі в швидкозмінних умовах ринкового середовища.

Результати

Ринкове середовище характеризується швидкозмінними умовами через сукупність факторів, які постійно еволюціонують та взаємодіють між собою, створюючи нові виклики та можливості для бізнесу. Ця динаміка обумовлена технологічними інноваціями, що прискорюють розвиток та впровадження нових продуктів і послуг, зміною споживчих вподобань та поведінки, що вимагає від підприємств більшої оперативності в адаптації до потреб ринку, а також глобалізацією, яка сприяє зростанню конкуренції та збільшенню масштабів діяльності компаній. Додаткові фактори, які сприяють швидкозмінності, — це політичні та економічні нестабільності, що можуть призводити до різких коливань в цінах, валютних курсах, попиті та пропозиції. Соціальні та культурні зміни також відіграють роль, оскільки вони впливають на ринкові тренди і споживчу поведінку [1-3]. У свою чергу, пандемії та природні катастрофи можуть раптово змінити економічну ситуацію, спричиняючи непередбачувані коливання у функціонуванні ринків і ґанчочок поставок.

Підприємства торгівлі реагують на зміни в ринковому середовищі шляхом швидкої адаптації своїх стратегій і операцій. Вони аналізують дані про поведінку споживачів та ринкові тренди, щоб передбачити майбутні зміни і відповідно планувати запаси. Це включає і впровадження технологічних нововведень для поліпшення взаємодії з клієнтами, як-от через персоналізований маркетинг і покращення онлайн-присутності, щоб створити безшовний досвід покупок незалежно від того, використовує клієнт фізичні магазини чи онлайн-платформи.

Зауважимо, що підприємствам торгівлі є більше можливостей для масштабування та виходу на міжнародний рівень, однак вони також стикаються з посиленою конкуренцією з боку іноземних компаній. Зміни в одній країні або регіоні можуть мати ланцюжок наслідків по всьому світу, вимагаючи від швидкої реакції [4-10]. Цифровізація трансформує методи ведення торгівлі, надаючи інструменти аналізу великих даних, персоналізації пропозицій і автоматизації багатьох процесів. Вона дозволяє підприємствам оперативно адаптуватися до змін споживачів і ефективно управляти ланцюжками поставок. Водночас підвищується залежність від інформаційних технологій та ризик кібератак. Розглянемо основні поняття (рис.1).

Загальновідомий факт, що замість жорстких планів та ієрархічних структур, підприємство прагне до створення еластичної організації, яка може швидко реорганізуватися відповідно до змін на ринку. Запровадження культури інновацій та постійного навчання дозволяє адаптуватися до нових тенденцій і технологій. Важливо також зосереджуватись на створенні цінності для клієнтів, розуміючи та передбачаючи їхні потреби, що може змінюватися з часом. Підтримка тісних зв'язків з постачальниками та партнерами допомагає підприємству бути гнучкими в ланцюгах постачання, а використання цифрових технологій і дані аналітики дає можливість відстежувати зміни в реальному часі та приймати обґрунтовані рішення. У цілому, розвиток ефективності вимагає постійного пошуку балансу між інноваційністю та оптимізацією, між ризиком і стабільністю, а також між збереженням довгострокових цілей та здатністю до швидкої зміни тактики.

Слід зазначити, що пандемія COVID-19 змусила багато торгових підприємств переглянути свої бізнес-моделі. Закриття фізичних магазинів та обмеження на пересування призвели до буму онлайн-торгівлі та послуг доставки. Компанії, які змогли швидко перейти до цифрових каналів продажів, опинилися у вигіднішому становищі. Також пандемія висвітлила важливість гнучких та стійких ланцюжків поставок (рис.2).

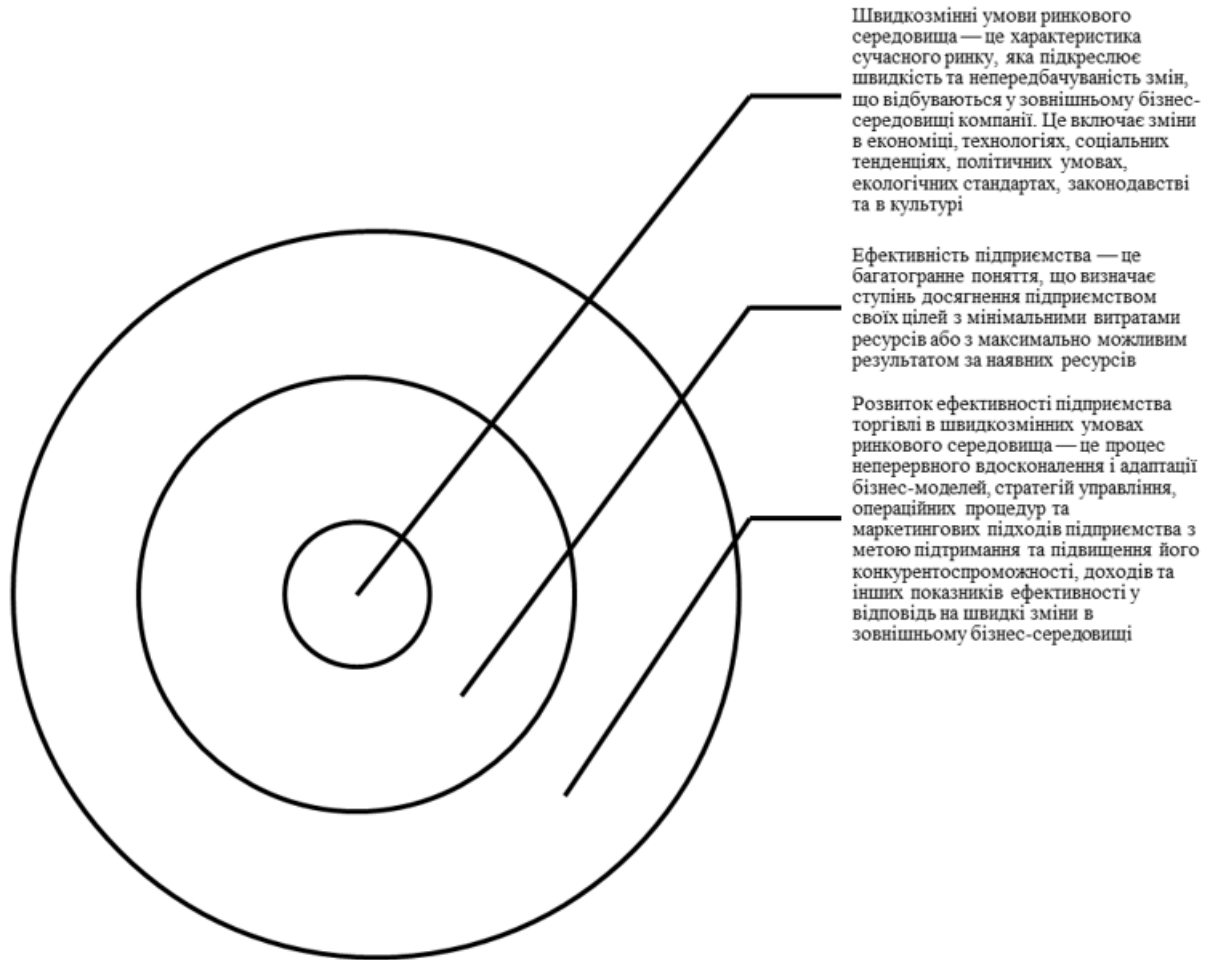


Рис.1. Сутність поняття «ефективність підприємства торгівлі в швидкозмінних умовах ринкового середовища»



Рис.2. Ключові зміни в діяльності підприємств торгівлі внаслідок умов зумовлених пандемією COVID-19

Давайте кожний аспект розглянемо детальніше: По-перше, пандемія прискорила перехід до цифрової торгівлі. Підприємствам довелося адаптувати свої стратегії та інфраструктуру до різкого зростання попиту на онлайн-купівлі та доставку товарів додому. Це вимагало значних інвестицій у електронну комерцію, розвиток веб-сайтів, інтеграцію платіжних систем та логістичні платформи. Другою великою зміною стала зміна споживчих переваг та поведінки. Люди стали більше цінувати безпеку, зручність та швидкість обслуговування. Це змусило ритейлерів впроваджувати безконтактні способи оплати, послуги самовивезення та кур'єрської доставки, а також забезпечити відповідність магазинів та торгових площ новим санітарно-епідеміологічним вимогам. Третій важливий напрямок - це гнучкість і стійкість ланцюжків поставок. Пандемія виявила безліч слабких місць у глобальних логістичних системах. Переривання поставок, непередбачуваність попиту та необхідність дотримання соціального дистанціювання на виробництвах призвели до дефіциту товарів та збоїв у роботі постачальників. Підприємствам довелося шукати альтернативні шляхи постачання, нарощувати запаси та диверсифікувати постачальників. Четвертий наслідок пандемії – підвищена увага до здоров'я та безпеки. Торговим компаніям довелося приділити особливу увагу захисту своїх співробітників та клієнтів. Це включало запровадження додаткових заходів гігієни, забезпечення засобами індивідуального захисту та реалізацію протоколів у разі зараження серед працівників.

Відтак, економічна невизначеність, пов'язана з пандемією, призвела до зміни фінансових стратегій. Ритейлери змушені були оптимізувати свої витрати, переглянути бюджети на маркетинг та рекламу, а також шукати нові шляхи зниження витрат, щоб зберегти фінансову стабільність та життєздатність свого бізнесу.

Визначимо, основні шляхи підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі при швидкозмінних умовах ринкового середовища (табл.1).

Таблиця 1

Основні шляхи підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі при швидкозмінних умовах ринкового середовища

№	Напрямок	Характеристика і сутність
1	Гнучке управління запасами та логістикою	Підприємства використовують методи, які дозволяють швидко реагувати на зміни в попиті, зокрема, методи управління запасами just-in-time, що знижують витрати на зберігання та зменшують ризик застарівання товарів
2	Цифровізація процесів та використання інноваційних ІТ-рішень	Впровадження цифрових технологій, таких як блокчейн для відстеження поставок або штучний інтелект для автоматизації процесів, забезпечує більш ефективну роботу і можливість аналізу великих обсягів даних
3	Персоналізація пропозицій та кастомізація сервісу для клієнтів	Працюючи з даними про попередні покупки і переваги клієнтів, підприємства можуть пропонувати товари і послуги, які найбільше відповідають індивідуальним потребам

4	Прогресивне ціноутворення та управління асортиментом	Застосування гнучких стратегій ціноутворення, які враховують зміну попиту, конкуренцію та сезонність, допомагає підтримувати продажі та прибутковість
---	--	---

Щодо теперішніх умов, то війна в Україні призвела до нестабільності на світових ринках, змін у логістичних маршрутах та збільшення цін на енергоносії та деякі сировинні товари. Торгові підприємства змушені були шукати нові джерела постачання та переглядати цінову політику, щоб залишатися конкурентоспроможними та прибутковими.

Висновки

Диверсифікація ринків дозволяє компанії уникнути значних витрат – це залежатиме від обставин єдиного ринку та досягнення найкращих комерційних результатів. Однак це ускладнює роботу, особливо коли існують значні відмінності між цими ринками. Ринки розрізняються за рівнем цін, вимоги до якості, торгової політики та ін. Оцінка та вибір оптимального ринку є найважливішою умовою ефективності зовнішньої торгівлі. Проблема інтеграції України у світове економічне співтовариство досить складна та різноманітна. Відновлення порушених виробничих зв'язків, економічна інтеграція. Водночас необхідно розробити механізм взаємодії з промислово розвиненими країнами, що розвиваються, міжнародними економічними організаціями, регіональними торговими блоками та угрупованнями. Очевидно, все це потребує багато часу, зусиль та знань у сфері організації та регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Розвиток зовнішньої торгівлі у першу чергу - зовнішньої торгівлі в Україні відповідає вимогам інтернаціоналізації господарського життя. Це супроводжується збільшенням числа трейдерів, пошуком нових організаційних форм і методів, удосконаленням технології зовнішньоторговельних операцій. Подальший сприятливий розвиток зовнішньоекономічної діяльності України багато в чому залежатиме не лише від рівня економічної стабілізації в країні та послідовної лібералізації зовнішньоторговельних операцій, а й від кидання механізму зовнішньоторговельного регулювання до загальноприйнятих норм та принципів.

Список використаних джерел

1. Bugarčić, F. Ž., Skvarciany, V., & Stanišić, N. Logistics performance index in international trade: case of Central and Eastern European and Western Balkans countries. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 2020, 452-459.
2. Almog, A., Bird, R., & Garlaschelli, D. Enhanced gravity model of trade: reconciling macroeconomic and network models. *Frontiers in Physics*, 2019, 7.
3. Arvis, J. F., Saslavsky, D., Ojala, L., Shepherd, B., Busch, C., Raj, A., & Naula, T. *Connecting to compete 2016: trade logistics in the global economy – the logistics performance index and its indicators*. World Bank, Washington, DC.
4. Bensassi, S., Márquez-Ramos, L., Martínez-Zarzoso, I., & Suárez-Burguet, C. Relationship between logistics infrastructure and trade: Evidence from Spanish regional exports. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 72, 2015, 47-61.
5. Devlin, J., & Yee, P. Trade logistics in developing countries: the case of the Middle East and North Africa. *The World Economy*, 28(3), 2005, 435-456.
6. Felipe, J., & Kumar, U. (2012). The role of trade facilitation in Central Asia. *Eastern European Economics*, 50(4), 2012, 5-20.

7. Greaney, T. M., & Kiyota, K. The gravity model and trade in intermediate inputs. *The World Economy*, 2019, twec.12947.
8. Moïse, E., & Sorescu, S. (2013). Trade facilitation indicators: the potential impact of trade facilitation on developing countries. *OECD Trade Policy Papers*, 2013, 144.
9. Shepherd, B. (2011). Logistics costs and competitiveness: measurement and trade policy applications. *Transport Research Support Working Paper*, 2011, World Bank.
10. Wang, M. L., & Choi, C. H. How logistics performance promote the international trade volume? A comparative analysis of developing and developed countries. *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 7(1), 2018, 49–70.