

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2023. № 3.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.41>

УДК 658.339.3:005

Т. І. Олійник,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1224-3790>

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

T. Oliynyk,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Enterprise Management, National University Oles Honchar

METHODOLOGY ASSESSMENT BUSINESS PROCESSES TRADE ENTREPRENEURSHIP

У статті досліджено теоретичні аспекти становлення та розвитку торговельного підприємництва як певний розподіл комерційної діяльності на бізнес-процеси, які можна визначити як взаємопов'язану сукупність дій спрямованих на перетворення вхідних ресурсів на очікуваний продукт на виході.

Охарактеризовано систему управління у сфері торгівлі, яка передбачає підхід до перегляду структури бізнесу на основі класифікаційної оцінки бізнес-процесів згрупованими за трьома блоками що визначають рівень їх

ефективності.

Висвітлено основні якісні та кількісні індикатори у визначенні оцінки бізнес-процесів торгівельного підприємства, а також запропоновано алгоритм методології їх оцінки. Подано підхід у визначенні методології оцінки з виявлення ефективності бізнес-процесів підприємства торгівлі як сукупність досягнутих результатів товарного обігу та економічних вигід, які описують весь обсяг підприємницької діяльності враховуючи матеріальні та нематеріальні витрати.

The article examines the theoretical aspects of the formation and development of commercial entrepreneurship as a certain division of commercial activity into business processes, which can be defined from the point of view of an interconnected set of actions aimed at transforming input resources into the expected output product, where the understanding of trade, as a synonym for commerce and according to entrepreneurship in general, is a branch of the national economy that ensures the circulation of goods from the sphere of production to the sphere of consumption.

The management system in the field of trade is characterized, which provides an approach to the revision of the business structure based on the classification assessment of business processes grouped by three blocks that determine the level of their efficiency, these are management processes, the main trade processes and those that ensure it, which at the same time represent the systematicity of the management organization and allow you to constantly analyze the entire network of such processes.

The main qualitative and quantitative indicators in determining the assessment of business processes of a trading enterprise are highlighted, as well as an algorithm of their assessment methodology is proposed, which complies with its regulations, is an open system for detecting deviations in business organization and management. An approach is presented in determining the evaluation methodology for identifying the level of efficiency of business processes of a trade enterprise as a set of achieved product turnover results and economic benefits, which describe the entire volume of

entrepreneurial activity, taking into account material and immaterial costs, which in turn affect the volume of sales, the average price level, sales revenue and gross profit.

An indicator for assessing the effectiveness of the business processes of a trade enterprise is defined, which means the result achieved from the given conditions with minimal expenditure of resources in the short-term and long-term period, during which the entrepreneurial component is aimed at increasing profits. This should be based on the integration of the main and interrelated components: performance culture, performance management and personnel management.

Ключові слова: підприємництво, торгівля, бізнес-процеси, методологія, оцінка, ефективність, управління.

Keywords: entrepreneurship, trade, business processes, methodology, evaluation, efficiency, management.

Постановка проблеми. Підприємництво як процес організації виробництва товарів та послуг для задоволення постійно відновлюваного попиту і отримання прибутку, а також як функція управління цим процесом має свою історію динамічного розвитку. У римському праві «підприємництво» розглядалося як заняття, справа, діяльність з акцентом на комерційну. «Комерційна діяльність» за термінологією сутності та змістом вкладаються в поняття «підприємництво», що змінювались та впорядковувались в процесі розвитку економічної теорії. «Підприємництво» і «комерція» - поняття широко відомі, і в загальному сенсі чимось схожі. Проте визначення поняття «комерційна діяльність» є дуже складним, і пов'язано перш за все з поширеним у юридичній теорії та практиці переплетіння понять комерції та підприємництва. Комерцією часто називають будь-яке підприємництво, говорячи про комерційні банки, комерційні підприємства, комерційні лікувальні заклади, комерційні навчальні заклади та ін. Така неточність коріниться у правовому полі, тому пропонується поділяти всі суб'єкти господарювання на комерційні та

некомерційні, тобто торгуючі чи не торгуючі.

Розуміння ж торгівлі, як синонім комерції і відповідно підприємництва загалом, є галуззю народного господарства, що забезпечує обіг товарів, їх рух зі сфери виробництва у сферу споживання. У будь-якому вигляді торгівля виконує суспільно важливу функцію – доведення товарів від виробника до споживача, і є відповідно видом підприємництва на комерційних засадах, сутність якої визначається процесами товарообміну, купівлі-продажу товарів, їх зберігання та підготовки до продажу, обслуговування покупців та надання їм супутніх послуг. І якщо брати торгівлю як вид підприємницької діяльності, то на сьогодні це цілісна та відокремлена система в економіці зі своїми унікальними процесами активного поділу праці й зміною характеру товарообігу, що в цілому обумовлює підхід до проведення теоретичного дослідження саме методології формування оцінки таких її бізнес-процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Генезис виникнення понять та сутнісного значення підприємництва і торгівлі, формалізувалися у дослідників ще за часів виникнення товарообмінних операцій, де з часом переросли в об'єктивну економічну бізнес-модель сучасності, яка продовжує свій подальший розвиток спонукованих змінами у суспільному житті. Так серед фундаторів та їх послідовників у визначенні сутності «підприємство» та «комерційна» - торгівельна діяльність прийнято вважати А. Сміта, Р. Кантільйона, Д. Рікардо, Ж. Сея, А. Маршала, М. Вебера, В. Зомбарта, К. Макконнелла, Й. Шумпетера, Б. Бермана, Д. Еванса та ін. У своїх працях кожен з цих дослідників пропонував на певний момент часу модель підприємницької поведінки економічного агента, акцентуючи його діяльність у торгівельній сфері та пов'язаних з нею ризиків.

Значний внесок у теорію становлення та розвитку торгівельного підприємства із визначенням його місця на ринку, зробили і вітчизняні науковці, такі як В. Апопій, О. Біла, І. Бланк, Н. Голошубова, Є. Гордієнко, Г. Іванов, І. Копич, А. Мазаракі, Г. Мошек та багато інших. У їх наукових напрацюваннях розкриваються теоретико-практичні аспекти розвитку торгівлі з

обґрунтуванням функціональної ролі як підприємницької діяльності. Проте, не припиняючи значення проведених досліджень науковцями в області розвитку підприємництва в цілому і сфері торгівлі зокрема, необхідним постає визначення теоретичного базису методології оцінки бізнес-процесів у торгівельному підприємстві.

Формулювання цілей статті. Виявлення передумов становлення та розвитку підприємницького характеру в торгівельній сфері на основі теоретико-методологічного підходу до оцінки її бізнес-процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досить просте та вельми ємне визначення підприємництва надає В. Даль. Зокрема він пише, що «вживати» означає «починати, наважуватися виконати якусь нову справу, приступати до вчинення чогось значного», звідси «підприємець» - «той хто зробив» [1].

У теоретико-прикладному характеру прийнято вважати, що з перших, хто серйозно зацікавився підприємництвом був А. Сміт. Однак декількома роками до цього цими проблемами дуже інтенсивно займався Р. Кантільйон [2]. Саме він сформулював тезу, згідно з якою розбіжності між попитом та пропозицією на ринку дають можливість окремим суб'єктам ринкових відносин купувати товари дешевше та продавати їх дорожче. Саме він назвав цих суб'єктів ринку підприємцями (у перекладі з французького «підприємець» - «посередник»).

В сучасній економічній літературі чіткого визначення сутності підприємництва немає. Найчастіше сутність цього явища підмінюється метою підприємницької діяльності, де дається таке визначення: «підприємництво – ініціативна самостійна діяльність громадян, спрямована на отримання прибутку або особистого доходу, що здійснюється від свого імені, під свою майнову відповідальність або від імені та під юридичну відповідальність юридичної особи» [3].

У світі існує безліч різних видів підприємницької діяльності, один з них – це торгівля, яка є невід'ємною частиною суспільних відносин, до яких включені такі процеси як виробництво матеріальних благ або надання послуг населенню

з метою отримання зиску. Торгівля – одне із найдавніших видів діяльності і його підприємницького вміння. І якщо брати торгівлю як вид підприємницької діяльності, то це ціла і відокремлена система в економіці, в яку також входять свої унікальні процеси. Така відокремлена і окрема система пов’язана з тим, що у ній активно відбувається поділ праці, і навіть змінюється характер обігу товарів суспільного та виробничого споживання [4].

Предметом торгових операцій є товар, він служить її основним системним елементом і повинен задовольняти конкретні потреби учасників господарських відносин: продавців та покупців. За своєю суттю торгівля відноситься до найбільш соціально-значимих видів діяльності, що зачіпає усі верстви населення та значно збільшує рівень його зайнятості. В даному разі торгівля, як вид підприємницької діяльності, або як окрема економічна категорія, має свої специфічні функції, серед яких виокремлюються три основні:

1. Задоволення потреб за рахунок створення унікальних товарів для суспільства.

2. Будь-який продукт чи послуга має власну вартість, тому відбувається процес реалізації вартості товару що дозволяє підприємству одержати свою вигоду.

3. Торгівля за цієї категорії дозволяє відтворювати робочу силу, тобто доводити товар або послугу до кінцевого споживача щодо виконання першої функції.

Так як економічна категорія торгівлі виступає основним підґрунтям з реалізації підприємницької діяльності, то для побудови будь-якої економічної системи, яка у свою чергу буде унікальна і матиме свої процеси та функції з реалізації та отримання від цього вигоди, необхідно мати «стартову точку» [5]. З цих позицій необхідно розглянути категоріальну сутність торгівлі, звернувшись до її видів, де окреслюються основні види та підвиди торгівлі (рис. 1).

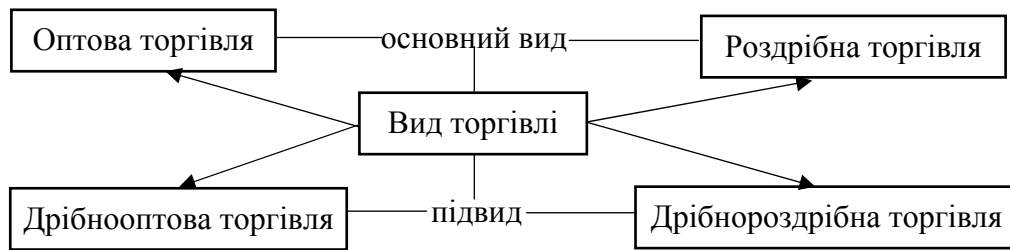


Рис. 1. Основні види та підвиди торгівлі

Джерело: узагальнено автором за [6]

Згідно видового розподілу до торгівлі відносять оптову – найпоширеніший вид, при якому продаж товарів відбувається за широким асортиментом і великими партіями. Роздрібна торгівля – популярний вид торгівлі для повсякденного використання у торгівельних мережах. До підвидів торгівлі необхідно віднести дрібнооптову торгівлю, для якої характерний продаж дрібними партіями у роздрібних мережах, та дрібнороздрібну торгівлю – продаж через дрібнороздрібні торгові точки.

Ринкові відносини включають різні форми і види підприємницької діяльності, їх виділення у час відбувається залежно від характеру цілей які запланував сам підприємець, серед них вкладання капіталу та який результат «на виході» він отримає. Торговому капіталу належить важлива роль розвитку економічних зв'язків як при формуванні національного, так і світового ринку, адже товарний обмін виник із першим суспільним поділом праці, та з часом її межі значно розширились, сформувавшись на сьогодні до такого основного видового класифікаційного поділу підприємницької діяльності за певних умов ведення господарської діяльності [6]:

1. Виробнича підприємницька діяльність – найпоширеніший вид, при якому використовуючи різні ресурси чи інструменти праці, виробляються конкретні матеріальні блага або цінності з подальшою реалізацією готового продукту та отримання прибутку. При цьому виробництво товарів відбувається великими партіями з метою отримання значної виручки та покриття всіх витрат, включаючи логістику.

2. Фінансово-кредитне підприємництво – здійснення операцій з купівлі-продажу фінансових інструментів. В сучасному світі таким специфічним видом підприємництва займаються усі фінансово-кредитні організації та спілки.

3. Посередницьке підприємництво – тісно пов'язано з комерційно-торгівельним підприємництвом, оскільки головну роль відіграє посередник, який є сполучною ланкою і отримує свій відсоток від укладання угод за рахунок створення «міцних» зв'язків між учасниками ринкових відносин.

4. Страхове підприємництво – страхувальник отримує страховий внесок у вигляді прибутку за якого гарантує повне відшкодування отриманих збитків при настанні страхового випадку застрахованій особі.

5. Комерційне – торгове підприємництво, пов'язано з ринком збуту товарів або послуг. Мета – придбати вже готовий товар та реалізувати його зі своєю націнкою. Унікальна особливість цього виду така, що поступово у прямий зв'язок виробника-продавця із споживачем-покупцем вклинюється посередник, і продаж товару стає його основним заняттям. У його руках концентруються кошти, формується торговельний капітал, внаслідок чого підприємець виступає посередником і безпосередньо взаємопов'язаний з виробником та споживачем. Найпростіший варіант – це зайняти своє місце на ринку, так як комерційно-торговельні відносини відбуваються у всіх сферах діяльності де існує процес товарообмінних і грошових операцій.

Останній вид підприємництва – торгове, направлено на сферу товарного обігу в якій відбувається реалізація товару, але при цьому можуть виникати певні труднощі з купівлею-продажом, як і в будь-якій економічній системі – це наявність подібного асортименту, висока конкуренція, низька купівельна спроможність споживачів товару, дефіцит часу на вибір та недосконалість економічного середовища тієї чи іншої країни [7].

Звертаючись до міжнародного досвіду в системі управління, більшість європейських країн переходить від загальноприйнятого функціонального підходу управління бізнесом у сфері торгівлі до нового – процесного [8]. Такий підхід має низку переваг над функціональним, він дозволяє оптимізувати та

автоматизувати всю бізнес структуру будь-якого підприємства. В основі даного підходу лежить розподіл діяльності підприємства на бізнес-процеси, які можна визначити як взаємопов'язану сукупність дій, спрямованих на перетворення вхідних ресурсів на заданий, запланований продукт на виході.

Перехід торгового підприємства на процесний підхід для безперебійного та якісного його функціонування, передбачає використання бізнес-процесів як систему організації роботи. Для застосування цього підходу необхідно детально описати кожен процес: операції, посади, документацію, регламенти, логістику та ін. В досягненні такого напрямку використовується моделювання бізнес-процесів торговельного підприємства з метою аналізу та оптимізації його роботи, що дозволить постійно аналізувати цілу мережу створених процесів [9].

Процесна система управління у сфері торгівлі передбачає повний перегляд структури бізнесу, саме тому на перехідному етапі становлення такої структури важливе значення мають встановлення та класифікаційна оцінка бізнес-процесів, які можна згрупувати за трьома блоками: процеси управління, основні процеси та процеси які її забезпечують (рис. 1).

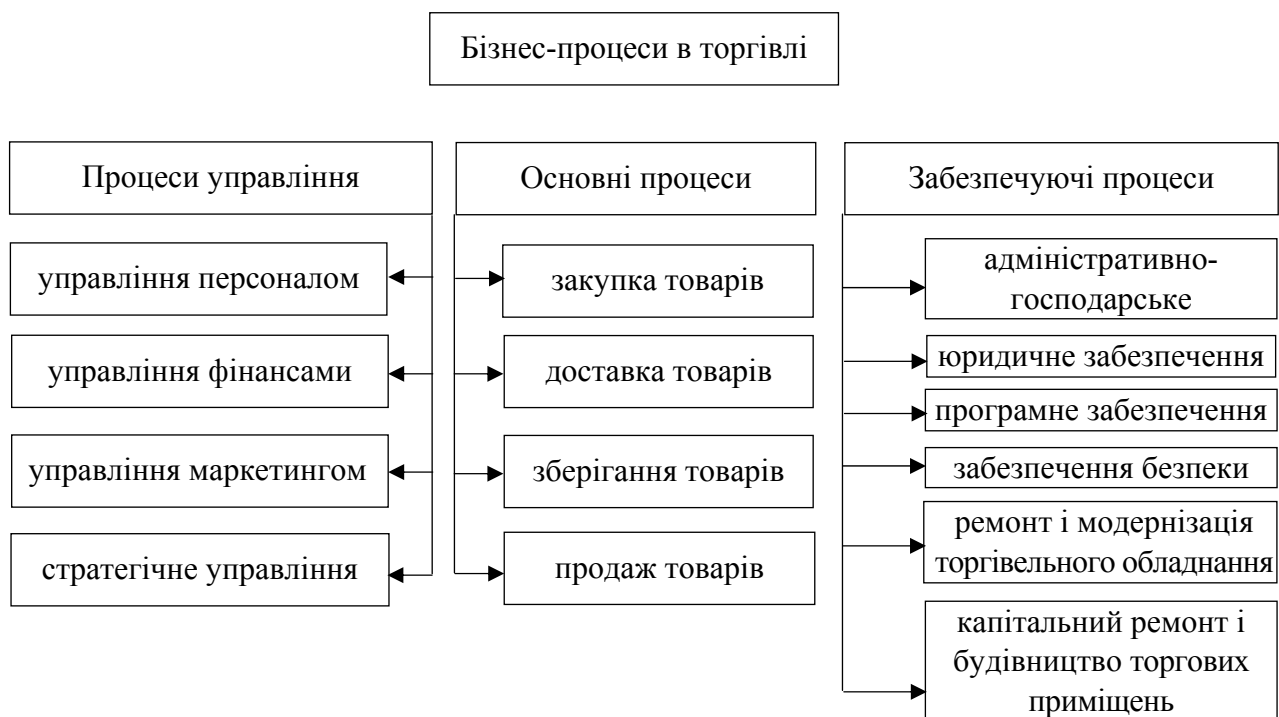


Рис. 1. Класифікація торговельних бізнес-процесів

Джерело: узагальнено автором за [6, 10]

Серед існування великої кількості методів оцінки бізнес-процесів підприємств торгівлі, їх поділяють на кількісні та якісні методи [11].

Кількісні методи є найбільш складними та витратними за часовим лагом виконання аналітичної роботи та обсягом аналізованих даних. Такі методи аналізу складні у виконанні, але досить є повними і точними. З них найбільш часто використовується АВС-аналіз, який сприяє підходу до визначення оптимізації ресурсів і витрат торговельного підприємства, а також встановлення оцінки перетікання продуктивності бізнес-процесів, використовуючи різні показники ефективності. Крім того надається змога проводити порівняння використовуваних методологічних нотацій і навіть імітаційне моделювання, що дозволяє уявити мережу процесів як різних моделей.

Якісні методи відрізняються простотою свого виконання та невеликою затратністю. Такі методи широко використовуються у багатьох підприємствах, вони науково визнані і практично адаптовані до умов господарювання, через це вони найчастіше використовуються у практичних дослідженнях, що дозволяє їх поділити на методи аналізу бізнес-процесів у сфері торгівлі за трьома групами:

Перша група методів ґрунтується на суб'єктивних оцінках експертів, керівників та співробітників підприємства, де їх оцінна думка дозволяє проаналізувати середовище бізнес-процесу за допомогою SWOT-аналізу, а також оцінки експертів, яка дозволить розставити пріоритети із проведеного аналізу низки процесів на основі здійснення ранжування з метою короткого дослідження бізнес-процесів та виявлення суті проблеми з описовими елементами тих процесів, які використовують для аналізу проблем.

Спираючись на метод SWOT-аналіз, який спрямований на виявлення сильних та слабких сторін бізнес-процесу, а також виявлення можливостей та загроз, необхідно зазначити, що цей метод передбачає складання класичної матриці, в якій пропонується розглядати взаємозв'язок її блоків за «Ступенем важливості», «Високою продуктивністю», «Середньої продуктивністю» та «Низькою продуктивністю» [12]. Ранжування дозволить визначити, які бізнес-

процеси у торгівельному підприємстві слід оптимізувати насамперед (табл. 1).

Таблиця 1. Ранжування бізнес-процесів підприємства торгівлі

Ступінь важливості	Висока продуктивність	Середня продуктивність	Низька продуктивність
Вища ступінь важливості	Реалізація товарів	Пошук нових постачальників	×
Середня ступінь важливості	Формування товарного асортименту	Закупка товарних запасів	×
Незначна ступінь важливості	×	Післяпродажне обслуговування	×

Друга група представлена більш наочними методами, такими як візуальний аналіз графічних схем що найчастіше використовуються для звіту керівництву, оскільки інформація, отримана за допомогою аналізу «входів» та «виходів» у бізнес-процесах за допомогою складених схем, дозволяє більш ясно і чітко донести складну та об'ємну інформацію зрозумілою і короткою, а також згідно таких методів надається можливість проаналізувати функції бізнес-процесів та задієні в цих процесах ресурси. Даний метод ґрунтується на якісній оцінці схем моделювання процесів і формується за допомогою різних нотацій які використовуються підприємством. Це сприяє оцінці функцій і виявлення прогалин у документації яка необхідна для виконання певного процесу. Також в ході аналізу надається змога виявити наявність дублювання напрямів роботи певного процесу. Загалом аналіз графічних схем дозволяє позбутися зайвих елементів у бізнес-процесі та додати оптимальні до сприйняття і виконання.

До третьої групи якісних методів відносять ті методи, які ґрунтуються на порівнянні поточної роботи процесів з вимогами нормативної документації що стосується виконання таких бізнес-процесів. Методами цієї групи є аналіз стану виконуваного процесу по відношенню до типових вимог та нормативних актів, як підґрунтя відповідності роботи кожного бізнес-процесу локальним документам та стандартам якості, які можна охарактеризувати наступним чином: «планувати процес», «виконувати процес», «враховувати», «контролювати та приймати рішення». Такий підхід передбачає визначити відповідність бізнес-процесів зі стандартами якості (ISO) з ціллю їх оптимізації.

Отже, всі бізнес-процеси підприємства торгівлі повинні відповідати своїм регламентам, бути відкритою системою з виявлення відхилень в їх організації та управлінні, а саме для прийняття рішення, яке повинно притримуватись схеми: вимірювання, прогноз, спостереження, відбір та порівняння. Використання вищезазначених методів оцінки бізнес-процесів повинно здійснюватися на попередніх етапах аналізу сукупності процесів що передують проведенню моделюванню та оптимізації діяльності торговельного підприємства. Крім того, дані методи дозволяють зробити експрес-аналіз бізнес-процесів з наданням різноманітних звітів керівництву, де кількісні і якісні методи доповнюють один одного, що має безперечну перевагу у швидкості та гнучкості виконання, простоті оцінки та невеликої затратності ресурсів.

На сьогодні управління бізнес-процесами у підприємницькому середовищі торговельного підприємства направлено на досягнення певного ефекту від їх спрацювання, який являє собою абсолютний показник між отриманими результатами і витратами на здійснення таких бізнес-процесів [13]. Внаслідок чого методологія оцінки виявлення ефективності бізнес-процесів підприємства торгівлі має визначатися як сукупність результатів товарного обігу та тих загальноекономічних вигід що несе в собі активне функціонування та позиціонування підприємства у ринковій ніші з урахуванням матеріальних та нематеріальних його витрат. Крім того, невід'ємним чинником ефективності є залежність торговельного підприємства від ринків збуту, які у свою чергу впливають на обсяг продажів, середній рівень цін, дохід від реалізації та сумарний прибуток. Звідси під показником оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства торгівлі розуміється досягнення результату в заданих умовах з мінімальними витратами ресурсів у короткостроковому та довгостроковому періоді, за якого управлінська складова спрямована на збільшення вигід.

При цьому методологія у визначенні оцінки ефективності бізнес-процесів у торговельному підприємстві ґрунтується на «інтеграції головних і взаємопов'язаних між собою компонентів» [14], значення яких потребує свого

розширення, а саме:

1) за культурою ефективності – знаходить свій прояв у ціннісних орієнтирах, можливості розвитку і зростання, очікуванні перспектив і отриманні пріоритетів, стиль управління та способи поведінки працівників;

2) управління результатами – процес виміру і оцінка результатів ефективності бізнес-процесів, вартісний аналіз бізнес-процесів, постановка цілі і завдань з можливим їх коректуванням і прийняттям міри впливу;

3) управління персоналом – визначення параметрів і критеріїв оцінки розвитку персоналу, кар'єрне зростання, навчання, розвиток навиків та підвищення кваліфікації, система стимулів і мотивація.

З вищенаведеного методологія визначення оцінки ефективності бізнес-процесів торговельного підприємства повинна передбачати собою одночасну інтеграцію декількох підсистем, які виконують призначені їм функції і мають синергетичну залежність від стратегічних планів підприємства. Такий підхід дозволить оцінити стратегічні цілі, а потім і ефективність усіх бізнес-процесів у підприємницькому середовищі підприємства торгівлі по відношенню до поставлених цілей і виконання завдань, керуючи процесом їх досягнення.

На наш погляд одним із інструментів методології оцінки бізнес-процесів є розробка та впровадження комплексних показників оцінки їх ефективності, які описують весь обсяг підприємницької діяльності торговельного підприємства. Звичайно, з однієї сторони різноманітність показників збільшує трудомісткість проведення розрахунків, проте з іншого – підвищує рівень інформативності при прийнятті управлінських рішень. Проте тут необхідно зауважити, практично вибір показників оцінки ефективності бізнес-процесів відноситься більш до індивідуального аспекту, і на сьогоднішній день загального алгоритму щодо їх виявлення не існує. Тому вважаємо за необхідне розглянути алгоритм вибору показників оцінки бізнес-процесів підприємства торгівлі який включає вісім послідовних етапів свого виконання (рис. 2).

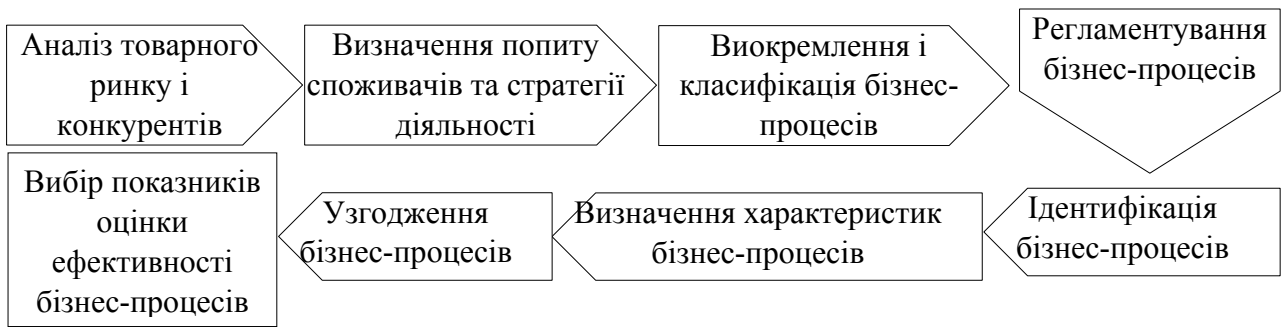


Рис. 2. Алгоритм визначення показників оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства торгівлі

Джерело: сформовано автором

При визначенні показників оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства торгівлі, необхідно враховувати підприємницьку природу цього виду діяльності, а саме дуалістичний її характер, доцільно також звертати увагу на основні групи чинників які ситуаційно впливають на рівень ефективності бізнес-процесів, а саме: суб'єктивні фактори впливу – впливають на потенціал підприємства (рівень цін, трансформація результату, якість товарів, кваліфікація персоналу та система його мотивації, фінансово-економічні аспекти та ін.) та об'єктивні – забезпечують пріоритети підприємства і його маневреність у конкурентній боротьбі (рівень конкурентоздатності, рівень інфляції, ринок збуту, сезонність попиту, реальні доходи населення та демографія, державне регулювання та ін.).

Виявлення таких факторів впливу є обов'язковою умовою методики визначення оцінки показників ефективності бізнес-процесів підприємства торгівлі, так як сучасне підприємницьке середовище є динамічним та багатограним, що впливає на комерційну діяльність підприємства.

Таким чином, в мінливому підприємницькому середовищі методологія оцінки бізнес-процесів торговельного підприємства за отриманими показниками, передбачає комплексний аналіз комерційної діяльності такого підприємства щодо визначення ефективного його функціонування на всіх

етапах свого життєвого циклу. Це є намагання збалансувати поставлену мету на основі виконання її завдань, тобто визначити досягнення бажаної синергетичної взаємодії між стратегією та цілями торговельного підприємства, що постає одним із напрямів стратегічного управління як підсистеми управління підприємством в цілому. При цьому підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства необхідно досягати шляхом координації технології управління бізнес-процесами та підприємницьким характером комерційної діяльності.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Підприємництво розвивається у будь-якій сфері народного господарства, де основним джерелом прибутку стає створення нових способів отримання доходу за допомогою використання факторів виробництва та комерціалізації діяльності з її найбільш ефективним поєднанням та пошуком сфер придатних для вкладання наявного в розпорядженні підприємця капіталу. Торгівля стала першим кроком розвитку підприємництва, що надало імпульсу підприємництва в інших сферах економічної діяльності та індикатором розвитку економіки, оскільки зниження товарообігу та купівельної активності неминуче призводить до падіння темпів економічного зростання. За такого підходу між торгівлею і підприємництвом проявляється синергія торговельного підприємства якій присутні форми, методи і методологія оцінки таких бізнес-процесів. Виразником методології, як сукупності дослідження процесів і явищ, є певна оцінка бізнес-процесів яка втілена в отримання повної інформації з описом усього обсягу діяльності торговельного підприємства та подальшим порівнянням результатів з нормативними (плановими) показниками. Інформативність оцінки бізнес-процесів відображає усі аспекти підприємницької діяльності торговельного підприємства на основі збалансованості показників, а також ступінь досягнення підприємством поставленої мети, що забезпечує комунікаційний зв'язок комерційної складової з усіма управлінськими рівнями. Звичайно, під впливом сьогодення, зі зміною підприємницького середовища буде змінюватись і підхід до отримання

інформації, яка у свою чергу потребує оновлених підходів до удосконалення алгоритмів методології з отримання оцінки бізнес-процесів, що в подальшому потребує новітніх досліджень з цього напрямку.

Література

1. Миронов Г.М., Цейтлин Р.М. Краткая литературная энциклопедия. Москва: Советская энциклопедия, 1962. Т. 2. 250 с.
2. Эволюция теории предпринимательства в экономической науке. Очерк об общей природе торговли. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://studopedia.org/2-50481.html-2014> (дата звертання 02.03.2023).
3. Олійник Т.І. Генезис підприємництва – рушійний фактор соціально-економічного зростання загальнонаціональних інтересів. Економіка та держава. 2018. № 2. С. 42-45.
4. Бабух І.Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. № 10. С. 23-26.
5. Олійник Т.І. Еволюція підприємницької активності: суспільно економічний аспект становлення та розвитку. Економіка та держава. 2021. № 5. С. 92-96.
6. Ситник Г. Класифікація бізнес-процесів підприємства торгівлі на основі процесного підходу. Економіка. 2012. № 5. С. 54-60.
7. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. Е. Калининой. Москва: Альпина Паблишер, 2008. 720 с.
8. Ольшанський О.В. Оцінка ефективності бізнес-процесів підприємства. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2018. № 6. С. 53-55.
9. Олексин С.М. Теоретико-методичні підходи до моделювання бізнес-процесів у підприємствах оптової торгівлі. Підприємництво і торгівля. 2017. № 21. С. 78-82.
10. Ольшанський О.В. Особливості управління бізнес-процесами

підприємств торгівлі та методи їх удосконалення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. № 22. С. 22-26.

11. Оболенцев М.И. Проблемы организации системы управления качеством бизнес-процессов на предприятии. Наукові праці МАУП. 2010. № 1. С. 143-148.

12. Соколова Л.В. Формування механізму застосування процесного підходу у менеджменті підприємства для прискорення адаптації до змін умов ринку. Бізнес-навігатор. 2015. № 1. С. 134-139.

13. Морщенок Т.С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2014. № 11. С. 295-302.

14. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2013. № 3. С. 64-69.

References

1. Mironov, G.M. and Tseytlin, R.M. (1962), *Kratkaya literaturnaya entsiklopediya* [Brief literary encyclopedia], Sovetskaya entsiklopediya, Moscow, Russia.

2. studopedia (2014), “Evolution of the theory of entrepreneurship in economics. An essay on the general nature of trade”, available at: <http://studopedia.org/2-50481.html-2014> (Accessed 3 March 2023).

3. Olijnyk, T.I. (2018), “Genesis of entrepreneurship is a driving factor of socio-economic growth of national interests”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 2, pp. 42–45.

4. Babukh, I.B (2016), “Theoretical approaches to the analysis of commercial activity and its management”, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, vol. 10, pp. 23–26.

5. Olijnyk, T.I. (2021), “Evolution of entrepreneurial activity: socio-economic aspect of formation and development”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 5, pp. 92–96.

6. Sytnyk, H. (2012), “Classification of business processes of a trade enterprise based on the process approach”, *Ekonomika*, vol. 5, pp. 54–60.

7. Porter, M. (2008), *Konkurentnoye preimushchestvo: Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' yego ustoychivost'* [Competitive advantage: How to achieve a high result and ensure its sustainability], Al'pina Pabliher, Moscow, Russia.

8. Ol'shans'kyj, O.V. (2018), “Evaluation of the efficiency of the enterprise's business processes”, *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu*, vol. 6, pp. 53–55.

9. Oleksyn, S.M. (2017), “Theoretical and methodological approaches to modeling business processes in wholesale trade enterprises”, *Pidpryemnytstvo i torhivlia*, vol. 21, pp. 78–82.

10. Ol'shans'kyj, O.V. (2018), “Peculiarities of managing business processes of trade enterprises and methods of their improvement”, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, vol. 22, pp. 22–26.

11. Obolentsev, M.I. (2010), “Problems of organizing a quality management system for business processes in an enterprise”, *Naukovi pratsi MAUP*, vol. 1, pp. 143–148.

12. Sokolova, L.V. (2015), “Formation of the mechanism of application of the process approach in enterprise management to accelerate adaptation to changes in market conditions”, *Biznes-navihator*, vol. 1, pp. 134–139.

13. Morschenok, T.S. (2014), “Theoretical aspects of business process management in the context of the implementation of the company's development strategy”, *Biznes Inform*, vol. 11, pp. 295–302.

14. Korzachenko, O.V. (2013), “Optimization of business processes of Ukrainian enterprises: problems and prospects”, *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 3, pp. 64–69.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2023 р.