

дійсності. Виявлені залежності потрібно враховувати під час прийняття рішень, щодо оптимізації рівнів ліквідності та платоспроможності підприємств торгівлі.

Список літератури

1. Анализ финансовой отчетности [Текст] : учеб. пособие / Е. И. Бородин [и др.] ; под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – 2-е изд. – М. : ОМЕГА-Л, 2006. – 408 с.

2. Бернштейн, Л. А. Анализ финансовой отчетности : теория, практика и интерпретация [Текст] / Бернштейн Леопольд А. ; пер. с английского О. В. Скачкова [и др.] ; [научн. ред. перевода И. И. Елисеева]. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 624 с.

3. Смачило, В. Управление дебиторской задолженностью [Текст] / В. Смачило, Е. Дубровская // Финансовый директор. – 2007. – № 5. – С. 47–53.

4. Бланк, И. А. Торговый менеджмент [Текст]/ И. А. Бланк. – 2-е изд. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.

5. Смирнова, П. В. Особливості використання коефіцієнтного аналізу ліквідності та платоспроможності на підприємствах роздрібно́ї торгівлі [Текст] / П. В. Смірнова, Н. О. Власова // ВІСНИК ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського : зб. наук. пр. – 2008. – Вип. 3(39). – С. 212–220.

Отримано 15.03.2009. ХДУХТ, Харків.

© Н.О. Власова, П.В. Смірнова, Т.В. Бельчук, 2009.

УДК 658.87:686.86

К.А. Корженко, асп.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РИНКУ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ТОВАРІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Розглянуто діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі на ринку канцелярських товарів. Запропоновано науково обґрунтовані підходи щодо усунення проблем торговельної діяльності підприємств даної галузі.

Рассмотрена деятельность предприятий розничной торговли на рынке канцелярских товаров. Предложены научно обоснованные подходы ликвидации проблем торговой деятельности в данной сфере.

Activity of the enterprises of retail trade in the market of the writing goods is considered. Scientifically well-founded approaches of liquidation of problems of trading activity in the given sphere are offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У статті розглянуто проблему уповільнення розвитку середніх та малих торговельних

підприємств на ринку канцелярських товарів в умовах нестабільної економічної ситуації в країні.

На сучасному етапі розвитку економіка нашої країни потерпає від негативних наслідків всесвітньої кризи. Дане явище суттєво вплинуло і на результати діяльності підприємств роздрібної торгівлі. У даній статті автором розглянуто роботу підприємств роздрібної торгівлі канцелярських товарів за 2007-2008 рр., проаналізовано причинно-наслідкові зв'язки у господарській діяльності таких підприємств, запропоновано науково обгрунтовані (можливі) підходи до вирішення проблеми уповільнення їх розвитку.

Існує декілька проблем, що перешкоджають стабільному функціонуванню роздрібних підприємств, а саме: відсутність підтримки і стимулювання розвитку підприємств малого бізнесу органами місцевої влади, недостатність проведення наукових та маркетингових досліджень у даній галузі, слабка теоретична підготовка керівників даних торговельних підприємств, що у багатьох випадках приводить до прийняття не науково обгрунтованих, професійних, а інтуїтивних управлінських рішень. Як результат – стійка тенденція до скорочення мережі таких торговельних об'єктів, зниження прибутковості у тих, хто залишається на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальну на сьогодні тему ефективності розвитку торговельних підприємств розкрито у наукових працях таких вчених економістів як: В.С. Марцін, І.А. Бланк, А.Н. Соломатина, Л.О.Лігоненко, Л.В. Ключенок, А.І. Гребнев, Ю.П. Яковлев. Аналіз причинно-наслідкових зв'язків у господарській діяльності підприємств роздрібної торгівлі дозволив розкрити сутність економічних явищ, що відбуваються, дати оцінку їх стану, виявити резерви підвищення ефективності, обгрунтувати організаційні заходи, а також зробити прогнози щодо їх подальшого ефективного функціонування.

Основними показниками ефективності роботи підприємства є рівень валового доходу, річний товарооборот, рівень рентабельності та чистий прибуток. Здійснення повного внутрішнього контролю за роботою підприємства, а також швидке та гнучке реагування на зміни зовнішнього ринкового середовища можуть у значній мірі стабілізувати та налагодити ефективну торговельну діяльність підприємства.

Мета та завдання статті. Головною метою даної статті є аналіз тенденцій ефективності господарювання підприємств роздрібної торгівлі, виявлення і обгрунтування закономірностей і перспектив їх розвитку, визначення науково обгрунтованих резервів і конкретних практичних заходів, які під час впровадження у торговельну діяльність приведуть до досягнення основної цілі торговельного підприємства – отри-

мання максимального прибутку та повного задоволення споживчого попиту.

Для формування ефективної політики підприємства роздрібною торгівлі на ринку необхідне визначення загальної стратегії його розвитку та побудова на її основі тактики торговельно-господарської діяльності, яка з урахуванням потенційних можливостей підприємства дозволить досягти поставлених цілей [4].

Згідно із Законом України «Про підприємства» в умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою діяльність з метою отримання відповідного доходу (прибутку). Отримання доходів свідчить, що товари підприємства відповідають вимогам попиту на ринку за ціною, якістю, іншими функціональними характеристиками та властивостями. Розмір отриманих доходів визначає економічну стратегію підприємства з питань управління матеріальними ресурсами та витратами, податковою та інвестиційною діяльністю підприємства [3].

Виклад основного матеріалу дослідження. Автором було проведено дослідження результатів економічної діяльності 29 об'єктів торгівлі за 2007-2008 роки, які займаються роздрібним продажем канцелярських товарів населенню і розміщені на території міста Харкова (табл. 1). До таблиці увійшли показники, що відображають ступінь торговельної активності та рівень фінансової забезпеченості підприємств. Головним завданням даної наукової статті є проведення аналітичної та дослідницької роботи об'єктів роздрібною торгівлі на ринку канцелярських товарів Харкова, тому вибірку склали торговельні об'єкти різних фінансових можливостей та форм власності.

Важливими чинниками, що впливають на прибутковість роботи підприємства є обсяг річного товарообороту та валового доходу.

Роздрібний товарооборот визначає економічні відносини, які виникають на кінцевій стадії руху товарів зі сфери обігу в особисте споживання шляхом обміну грошових доходів населення [1].

У ринкових умовах показник роздрібною товарообороту може визначати, з одного боку, потужність торговельного підприємства, так як його величина відображає обсяг діяльності підприємства, а з іншого – роздрібний товарооборот може бути використаний для характеристики ефективності використання ресурсів підприємства і загальної суми витрат на реалізацію товарів.

Оскільки товарооборот є показником, що відображає найважливіший кінцевий результат господарської діяльності торговельного підприємства, то його порівняння з величиною витрачених ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових) дає уявлення про ефективність їх використання [2].

Таблиця 1 – Показники діяльності підприємств роздрібної торгівлі на ринку канцелярських товарів за 2007-2008 роки

№ з/п	Товарооборот, тис. грн		Валовий дохід (ВД), тис. грн		Чистий прибуток, тис. грн		Рентабельність, тис. грн			
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	524,15	560,85	107,0	87,36	93,48	107,01	29,05	23,1	5,54	4,12
2	466,80	430,98	92,33	81,69	89,79	109,92	22,46	29,29	4,81	6,80
3	433,80	489,16	112,76	65,07	93,75	144,08	11,39	34,61	2,63	7,08
4	925,70	1005,45	108,62	154,28	201,09	130,34	35,64	66,07	3,85	6,57
5	255,10	210,96	82,7	11,24	17,58	156,41	0	0	0	0
6	1296,35	1354,02	96,73	216,06	248,24	114,89	47,04	76,78	3,63	5,67
7	120,90	99,82	82,56	20,15	20,79	103,18	4,35	7,64	3,6	7,65
8	378,66	382,09	100,91	88,35	73,24	82,9	37,23	18,05	9,83	4,72
9	540,32	505,27	93,51	90,05	84,21	93,51	16,58	13,71	3,07	2,71
10	119,14	144,32	121,13	14,89	32,48	218,13	0	12,68	0	8,79
11	819,50	960,11	117,16	239,02	280,03	117,16	123,93	149,93	15,12	15,62
12	4088,72	5006,17	122,44	1056,25	1293,26	122,44	433,34	614,8	10,6	12,28
13	1052,30	1199,3	113,97	157,85	179,9	113,97	12,2	33,76	1,16	2,81
14	1045	1008	96,46	217,71	252,84	116,14	81,54	104,83	7,8	10,4
15	782,35	856,33	109,46	195,59	166,98	85,37	87,49	61,8	11,18	7,22
16	840,61	808,55	96,19	217,16	215,61	99,28	107,9	96,52	12,84	11,94
17	480,12	569,13	118,54	60,02	115,73	192,82	0	43,21	0	7,59
18	590,56	611,08	103,47	88,58	132,4	149,47	15,19	45,54	2,57	7,45

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
19	468,75	522,16	111,39	89,85	100,08	111,39	21,42	27,99	4,57	5,36
20	189,33	214,13	113,1	17,36	14,1	81,22	0	0	0	0
21	530,01	498,7	94,09	114,84	91,43	79,62	35,76	26,17	6,75	5,25
22	499,25	533,42	106,84	112,33	88,64	78,91	49,89	20,43	9,99	3,83
23	258,64	259,11	100,18	21,55	53,99	250,53	9,19	17,22	3,55	6,65
24	1255,69	1310,65	104,38	219,75	305,82	139,17	51,81	117,29	4,13	8,95
25	1884,32	2015,19	106,95	329,76	318,91	96,71	91,73	85,23	4,87	4,23
26	1633,40	1322,44	80,96	340,29	229	67,3	126,24	62,1	6,70	4,7
27	1893,55	1766,25	93,28	546,92	348,39	63,7	262,39	89,61	13,86	5,07
28	598,60	544,23	90,92	109,74	95,79	87,29	37,48	26,41	6,26	4,85
29	688,50	465,5	67,61	131,96	69,83	52,92	43,18	15,97	6,27	3,43

Найбільший важіль доходів торгового підприємства є валовий дохід – найважливіший фінансовий показник, який є джерелом покриття поточних витрат, сплати ПДВ та формування прибутку підприємства. Це дохід від торгової діяльності, що характеризується сумою та рівнем [1].

У результаті аналізу динаміки товарообороту і валового доходу (таблиця 1) виявлено, що 12 підприємств мали зниження розміру товарообороту у 2008 році порівняно з 2007р., з них 33,3% отримали максимальне зниження – у середньому на 21,54%, середнє зниження приблизно на 7,17% відбулося у 41,7% підприємств, та незначне падіння даного показника (на 3,54%) у 25% підприємствах. Тенденція падіння розміру товарообороту призвела до зниження рівня валового доходу, інтервал коливання якого від 0,72% до 47,08%.

На відміну від прямої залежності розміру валового доходу від товарообороту, на підприємствах № 2,5,6,7, і №14 падіння останнього показника призвело до зростання валового доходу на 9,92; 56,41; 14,89; 3,18; і 16,14% відповідно.

У результаті проведених досліджень роботи підприємств нашої вибіркової групи за 2007-2008 рр., ми виявили значні коливання рівня товарообороту (від 99,82 до 5006,17 тис. грн. на рік), що свідчить про різні фінансові можливості наших підприємств. Аналіз діяльності всіх об'єктів торговельної діяльності, незалежно від рівня їх прибутковості, є необхідною умовою визначення реального стану сучасного ринку канцелярських товарів. Для більш чіткого визначення фінансового стану, ми здійснили угруповування підприємств нашої вибірки в залежності від рівня річного товарообороту (табл. 2).

З таблиці 2 видно, що 62,07% нашої вибірки у 2007 році складають підприємства середньої великої та мега групи, найменшу частку аналізуємої вибірки склали дрібні торговельні об'єкти (кіоски, палатки, лотки) – 6,9% та гіпер торгові центри – 3,45%. За 2008 рік відбулося збільшення даного показника тільки на двох підприємствах, що свідчить про уповільнений розвиток торговельної діяльності.

В умовах ринкової економіки основним показником господарської діяльності торгового підприємства є прибуток. Це пов'язано з тим, що для підприємства, яке несе повну матеріальну відповідальність за результати своєї торгово-господарської діяльності, основною метою є отримання максимально можливих прибутків. Прибуток представляє собою різницю між ціною реалізації та собівартості товарів.

Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності торгового підприємства. Функціонування підприємства на ринку, на протязі тривалого часу, без отримання прибутку приводить його торговельну дія-

льність до закриття. Підприємства №5 і №20, що представляють собою невеликі торговельні магазини з загальною площею до 20 м², і низьким рівнем продажу у 2008 році також працювали зі збитком і були ліквідовані у 2008 році. Результатом цього стала фінансова неспроможність магазинів відшкодувати витрати, пов'язані із закупівлею, перевезенням та зберіганням товарів, а також різке зменшення попиту споживачів на канцелярські товари у даних об'єктах роздрібної торгівлі в результаті економічної нестабільності в країні.

Таблиця 2 – Угрупування підприємств роздрібної торгівлі за рівнем річного товарообороту у 2007-2008 рр.

№ з/п	Група	Розмір річного товарообороту, тис. грн	Кількість підприємств, шт.		Обсяг товарообороту в загальній кількості підприємств (29), %	
			2007	2008	2007	2008
1	Дрібні торговельні об'єкти	до 150	2	2	6,9	6,9
2	Малі	150-300	3	3	10,34	10,34
3	Середні	300-500	6	5	20,69	17,24
4	Великі	500-800	6	7	20,69	24,14
5	Крупні	800-1100	5	4	17,24	13,79
6	Мега	1100-3000	6	7	20,69	24,14
7	Гіпер	3000-5500	1	1	3,45	3,45
	Разом		29	29	100	100

Обсяг прибутковості для кожного торговельного об'єкта відображає абсолютний ефект його діяльності. Показник прибутку доповнюється показником рентабельності. Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, який обчислюється як відношення прибутку до витрат [1].

Проаналізувавши динаміку зміни рівня рентабельності кожного з 29 підприємств, виявлено, що 51,7% з них збільшили даний показник у 2008 році у порівнянні з 2007р.

Зазначимо також, що у 2007 році 4 підприємства мали збиток. Головною причиною їх нерентабельної діяльності стало, з одного боку, високий рівень конкуренції на ринку канцелярських товарів, що регулює рівень торговельної надбавки, а з іншого, – висока собівартість канцелярських товарів, а також великі витрати, пов'язані з транспортуванням, зберіганням товарів і оплатою праці робітникам. У таких умо-

вах підприємство не в змозі відшкодувати всі витрати за рахунок валового доходу і, таким чином, працює собі у збиток.

Функціонування будь-якого підприємства завжди складніше в умовах зовнішньо-економічної та фінансової нестабільності, яка негативно впливає на ефективність торговельної діяльності. Для визначення ступеня ефективності, автором був проведений розподіл торговельних об'єктів на чотири групи в залежності від рівня рентабельності за 2008 р. (рисунок). Майже половина вибіркової групи (48,3%) – 14 підприємств у 2008 році працювало за середнім рівнем рентабельності (3...7%). Досить прийнятною може вважатися торговельна діяльність ще 7 підприємств, що увійшли до групи – достатньої рентабельності (7...10%). До першої групи з низьким рівнем рентабельності (0...3%) та до четвертої – з високим (10...20%) увійшло по 4 підприємства.

У результаті аналізу економічної інформації можна зробити висновок, що половина підприємств роздрібною торгівлі на ринку канцелярських товарів має середній рівень рентабельності, що свідчить про середній рівень доходності їх власників.

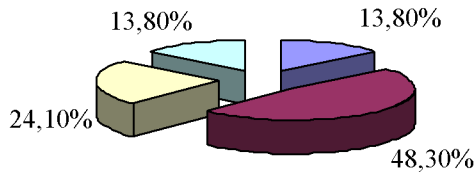


Рисунок – Групування підприємств роздрібною торгівлі за рівнем рентабельності: ■ – низький рівень, 0...3%; ■ – середній рівень, 3...7%; ■ – надсередній рівень, 7...10%; ■ – високій рівень, 10...20%

Проаналізувавши динаміку зміни рівня рентабельності за 2007-2008 роки, можна зробити висновок, що даний показник відображає ефективність здійснення торговельної діяльності на підприємстві, правильність застосування методів раціонального використання ресурсів, а також успішність пошуків зменшення витрат і отримання максимального прибутку.

Висновки. На сьогоднішній день, кризова ситуація в країні негативно вплинула на розвиток роздрібною торгівлі на ринку канцелярських товарів. За 2008 рік, із загальної кількості досліджуємих підприємств (29), 14 отримали зниження рівня рентабельності, з яких 2 збанкрутіли, ще три підприємства (8, 22, 27) знаходяться у зоні ризику, то-

му що показник рівня рентабельності знизився відповідно у 2,08, 2,61 і 2,73 рази.

Одним із відтворюючих шляхів є збільшення обсягу товарообороту, що призведе до закупівлі більшої кількості товарів за нижчими закупівельними цінами. Так у 2008 році, підприємства №10 та № 17 збільшили обсяг товарообороту відповідно на 21,13 та 18,54%. Завдяки цьому собівартість реалізованих товарів була знижена у підприємстві №5 на 12,01% у підприємстві №17 на 9,4%. Звичайно при збільшенні обсягу товарообороту, може відбувається збільшення витрат, для того, щоб утримати даний показник і обмежити його зростання, необхідно раціональне використання власних ресурсів торгового підприємства. Зазначимо, що 10 і 17 підприємства, що у 2007 році працювали собі у збиток, в результаті впровадження ефективних засобів покращення торговельної діяльності, у 2008 році досягли рівня рентабельності відповідно 8,79 і 7,59%.

Необхідно зауважити, що впровадження заходів стимулювання збуту через зниження цінової політики, розширення асортименту та встановлення системи бонусів і знижок, залучатиме більшу кількість споживачів, що приведе до збільшення товарообороту і доходу підприємства. Прикладом покращення прибутковості в результаті впливу стимулюючих прийомів може бути підприємство № 24, яке у 2007 році за достатньо високого товарообороту (1255,69 тис. грн), отримало низький рівень рентабельності – 4,13%, але впровадивши систему накопичувальних та сезонних знижок збільшило обсяг товарообороту на 54,96 тис. грн у 2008 році, що в результаті дало збільшення рівня рентабельності у 2,17 рази.

Зазначимо, що підприємства № 18 і № 23 також запровадили елементи стимулювання збуту, що привело до збільшення рівня рентабельності відповідно у 2,9 та 1,87 разів. Підприємство № 18, у 2008 році отримало можливість закупівлі канцелярських товарів за нижчими цінами, ніж у 2007 році, що призвело до значного зниження торговельної надбавки, залучення більшої кількості споживачів і звідси зростання обсягу річного товарообороту. Підприємство № 23, яке має невеликий обсяг товарообороту, і розташоване у студентському містечку, ввело знижки на придбання канцелярських товарів у разі прид'явлення студентського квитка.

На сьогоднішній день розвиток торгівлі на ринку канцелярських товарів знаходиться у важкому кризовому стані. Торговельні підприємства малого та середнього рівня, які не мають достатньо власного капіталу, першими відчувають на собі негативні наслідки кризової ситуації. Світова економічна нестабільність веде до зростання закупівель-

них цін, які, в свою чергу, впливають на збільшення роздрібних, а також стрімке зниження платіжоспроможності споживачів веде до зменшення попиту та зниження прибутковості торговельної діяльності. Впровадження запропонованих в даній статті підходів може допомогти підприємствам налагодити торговельну діяльність та зміцнити фінансовий стан підприємства взагалі.

Список літератури

1. Марцін, В. С. Економіка торгівлі [Текст] : підручник / В. С. Марцін. – 2006. – С. 90–95.

2. Соломатина, А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия [Текст] : учебник / А. Н. Соломатина. – М. : ИНФРА-М, 2001. – С. 82–86.

3. Гурова, К. Д. Экономическая реформа (некоторые аспекты реализации) [Текст] : монография / К. Д. Гурова. – Харьков : Фолио, 2000. – С. 205–208.

4. Тищенко, А. Н. Стратегия управления развитием предприятия [Текст] : монография / А. Н. Тищенко, О. С. Головки. – Харьков : ЭДЭНА, 2003. – С. 59–60.

Отримано 15.03.2009. ХДУХТ, Харків.

© К.А. Корженко, 2009.

УДК 331. 101: 339. 37

Г.І. Забродська, асп.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА СТАНУ ФОРМУВАННЯ «ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРА» НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ

На основі використання методу аналізу ієрархій автором проведено інтегральну комплексну оцінку стану формування «людського фактора» в підприємствах роздрібної торгівлі.

На основании использования метода анализа иерархий автор провел интегральную комплексную оценку состояния формирования «человеческого фактора» в предприятиях розничной торговли.

An autor conducted the integral complex estimation of the state of «human factor» forming at retail enterprises by the method of analysis of hierarchies.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Проблема оцінки стану формування «людського фактора» антикризового управління в підприємствах роздрібної торгівлі є ієрархічною, складною, comple-