

УДК 339.37(045)

КОЦЕРУБА Н. В., ЛАГДАН А. В.
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ ТА ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто питання реалізації товарів на підприємствах роздрібною торгівлю. Висвітлено особливості аналізу реалізації товарів та витрати підприємств з урахуванням макро-, мезо- та макрорівнів. Досліджено товарооборот з метою виявлення резервів підвищення ефективності діяльності роздрібних підприємств.

Ключові слова: роздрібна торгівля, витрати, реалізація, товари, товарооборот.

KOTSERUBA N. V., LAGDAN A. V.
Vinnitsya Trade and Economic Institution of KNTEU

ANALYSIS OF GOODS AND EXPENSES RETAILERS

The article is to study the role of analysis of goods as well as the disclosure of important costs for retailers. The article deals with the issue of goods to retailers. The peculiarities of analysis of goods and costs, taking into account the macro, meso and macro levels. Turnover investigated to detect reserves of efficiency retailers. To determine the effectiveness of the commercial enterprises, it is necessary to study and analyze its revenues and expenses to calculate the figures. Analysis of factors help identify potential for raising efficiency of retailers.

Keywords: retail, costs, sales, goods, turnover.

Актуальність теми. В сучасних умовах господарювання аналіз стає невід'ємною складовою в процесі управління на підприємствах торгівлі. Його результати дають можливість впливати на ефективну організацію процесів надходження, зберігання, реалізації товарів, зменшення витрат при здійсненні руху товарів, прогнозування попиту на товари, а також визначають хід виконання планів господарської діяльності. В умовах ринкових відносин економіка України потребує підвищення ефективності діяльності підприємств. Ринкова система вимагає принципово нових підходів до управління діяльністю підприємствами торгівлі, нових моделей господарювання, які ґрунтуються на саморегулюючих ринкових відносинах та різноманітності форм власності.

Питання щодо реалізації товарів та витрат підприємств роздрібною торгівлю знайшли своє відображення у працях вітчизняних та іноземних вчених, а саме І.О. Бланка, М.І. Баканова, Н.М. Гуляєвої, М.М. Дарбіняна, О.А. Круглової, Ю.Я. Литвина, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, Є.В. Мниха, Ю.І. Осадчого, В.Ф. Палія, О.Ю. Редька, Н.М. Ушакової та ін. Проте, на сьогодні, недостатньо наукових праць, в яких би розглядалось аналіз реалізації товарів та витрат підприємств роздрібною торгівлю. Тому, дане питання є актуальним і потребує подальшого дослідження.

Метою статті є дослідження ролі аналізу реалізації товарів, а також розкриття значення витрат на підприємствах роздрібною торгівлю.

Вклад матеріалу. Усі галузі економіки в більший або в менший мірі знаходяться під впливом різноманітних ринкових чинників, у тому числі і тих, які пов'язані з кризовими явищами. Торгівля як ключова, найбільш динамічна галузь національного господарства, що забезпечує процеси обміну між суб'єктами господарської діяльності, за своєю суттю належить до ринкової економіки і саме тому органічно сприймає як позитивні, так і негативні її сторони [6, с. 123].

Незважаючи на негативні чинники в економіці показники роздрібною торгівлю на відміну від оптової зберігають свої позиції на заданому рівні. Таким чином, торгівля – це ланка, яка пов'язує процеси виробництва та споживання, що, в свою чергу, забезпечує здійснення більшості товарообмінних операцій в країні.

У сучасних умовах в Україні більш розповсюдженими є підприємства роздрібною торгівлю. Роздрібна торгівля – це продаж товарів кінцевому споживачеві, причому, не важливо, як саме та де саме продаються товари або послуги. На відміну від оптової торгівлю, товар, куплений у системі роздрібною торгівлю, не розрахований на подальший перепродаж, а призначений для безпосереднього використання [2, с.90].

Дослідження показують, що загальна тенденція, яка спостерігається на ринку роздрібною торгівлю України можна охарактеризувати як позитивну.

Роздрібні торгові підприємства реалізують товари безпосередньо населенню, тобто остаточно завершують процес переміщення товару від виробника до споживача. Для реалізації в роздріб необхідні не тільки спеціальні торгові приміщення, необхідні умови для належного сервісного обслуговування покупців, але необхідно сформувати торговий асортимент і змінювати його відповідно до попиту і побажань споживачів. Таким чином, предметом роздрібною торгівлю є не тільки цілеспрямований продаж товарів, але й торговельне обслуговування покупців, і надання додаткових торговельних і післяпродажних послуг [2, с.90].

Для торговельного підприємства дуже важливо володіти інформацією для прогнозування рівня

товарів, оскільки зростання обсягів товарів призводить до збільшення витрат на їх зберігання.

Чинники, які впливають на витрати підприємств торгівлі необхідно систематизувати з урахуванням макро-, мезо- та мікрорівнів середовища.

Макро- і мезооточення створюють загальні зовнішні умови, в яких функціонує підприємство, і визначають для нього та інших підприємств галузі межі дозволеного і недозволеного. Відносно до підприємства макрооточення є чинником і умовою обмеження (можливістю розвитку) діяльності; передумовою, що викликає необхідність змін. Зовнішнє оточення характеризується політичною, правовою, економічною, соціальною і технологічною складовими. До середовища мезооточення підприємства відносять ту частину зовнішнього середовища, з якою воно має конкретну і безпосередню взаємодію. У центрі уваги знаходяться споживачі, конкуренти, постачальники. Важливим об'єктом дослідження є місце розташування підприємства. У даному напрямку необхідно відстежувати стан і розвиток ситуації на ринку, конкурентні позиції підприємства, які значною мірою визначають його подальший фінансовий добробут.

Таблиця 1

Кількість підприємств, які здійснювали діяльність із роздрібною торгівлю, за видами економічної діяльності на 1 січня 2016 року [5]

	Усього підприємств - одиниць	У % до усіх підприємств
Усього підприємств	12067	100,0
у тому числі основний вид діяльності яких:		
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство, рибне господарство	1090	9,0
Промисловість	702	5,8
Будівництво	60	0,5
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	889	7,4
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	981	8,1
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	7789	64,6
Транспорт, складське господарство	63	0,5
Поштова та кур'єрська діяльність	1	0,0
Тимчасове розміщення	11	0,1
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	147	1,2
Освіта	6	0,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	33	0,3
Інші	295	2,4

Виходячи з наведених даних у табл. 1 видно, що найбільша частка підприємств, які здійснювали діяльність станом на 1 січня 2016 року – це підприємства роздрібною торгівлю, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, що становить 64,6 % від усіх підприємств, найменша частка – 1 підприємство, яке здійснює поштову та кур'єрську діяльність.

Внутрішні умови функціонування підприємств створюють чинники мікрорівня. З позиції менеджменту їх розглядають як сукупність суб'єктів і сил, що знаходяться у межах підприємства і впливають на його витрати [4].

Аналіз є однією з важливих функцій управління діяльністю торговельних підприємств, який охоплює всі її аспекти і виявляє вплив умов, в яких ця діяльність здійснюється, на її результати. Він займає проміжне місце між збором, обробкою економічної інформації і прийняттям управлінських рішень. Саме завдяки високому рівню аналітичної роботи можна точно визначити необхідні умови, особливості, проблеми та перспективи розвитку підприємств торгівлі.

До основних завдань аналізу управління товарами підприємств роздрібною торгівлю належать: вивчення стану розвитку економіки регіону, виявлення наявних тенденцій та закономірностей; вивчення місткості ринку, закономірностей збуту товарів, відповідності асортименту товарів споживчому попиту; прогнозування споживчого попиту; визначення тенденцій руху товарів на основі аналізу динаміки їх обсягу, структури і складу; прогнозування обсягу реалізації товарів в цілому та за товарними групами тощо [2, с. 332].

Торгові підприємства існують завдяки отриманим доходам, які в своїй більшості є виручкою від

реалізації товарів. Під час здійснення своєї діяльності підприємства торгівлі несуть певні витрати. Більшу частину цих витрат займає собівартість куплених товарів, але, крім цього, дуже важливо також звернути увагу на витрати обігу (витрати на збут). Витрати обігу – це всі витрати живої та уречевленої праці, які пов'язані з обігом товарів і виражені у грошово-вартісній формі, тобто, витрати обігу в торгівлі становлять витрати матеріальних і грошових засобів, необхідних для здійснення всіх процесів з доведення продукції до споживачів.

Аналіз витрат обігу починають з оцінки їх структури і динаміки як в цілому по підприємству, так і за окремими асортиментними групами товарів. Аналізують витрати обігу як за економічним змістом, так і залежно від впливу на них обсягів реалізації. Витрати обігу можуть бути проаналізовані за допомогою факторних моделей, згідно з якими, на суму витрат обігу впливають такі чинники: обсяг товарообігу, питома вага змінних витрат в обсязі товарообігу, сума постійних витрат обігу, рівень витрат обігу та ін.

До основних видів витрат торговельного підприємства належать: витрати на оплату праці торговельних працівників; транспортні витрати; витрати на оренду торгового залу; витрати на утримання основних засобів та інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом товарів; витрати на зберігання, сортування, упакування матеріалів; витрати на тарні матеріали; витрати на рекламу та маркетинг і т. д. Чим нижчим буде рівень вище наведених витрат, тим ефективнішою буде діяльність підприємства торгівлі, адже цей показник визначається шляхом співставлення доходів і витрат торгового підприємства, тобто вона є відношенням фінансового результату до використаних ресурсів або витрат [2, с. 91].

Важливою передумовою якісного управління витратами є своєчасне виявлення потенційних можливостей мінімізації їх розміру, оптимізації складу та структури й раціональності здійснення на основі факторного аналізу з урахуванням специфіки діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Знання чинників, що впливають на витрати, суттєво підвищує ефективність процесу управління та обґрунтованість управлінських рішень відносно оптимізації витрат [4].

У сучасних умовах реалізація товарів, за винятком тих, відносно яких впроваджене державне регулювання цін, здійснюється торговельними підприємствами за вільними цінами. Розмір націнок кожне підприємство визначає самостійно, враховуючи стан споживчого ринку та свою цінову політику. Рівень торговельних націнок на товари залежить від ціни пропозиції виробників і гуртових посередників і ціни, за яких існуватиме попит кінцевих покупців на товари. Тому завжди потрібно здійснювати аналіз цих показників.

Аналіз управління реалізацією товарів відбувається за рахунок виконання відповідних аналітичних процедур і розроблення логічно обґрунтованих алгоритмів розрахунку аналітичних показників, на основі яких узагальнюються і оцінюються результати діяльності та приймаються управлінські рішення щодо подальшого розвитку підприємства торгівлі [1, с. 332].

Кількісна і якісна оцінка товарів, які переходять із сфери виробництва у сферу споживання, знаходить своє відображення у показниках товарообороту. Аналіз роздрібного товарообороту є передумовою його прогнозування на майбутній період, визначення рентабельності підприємства та його фінансового стану.

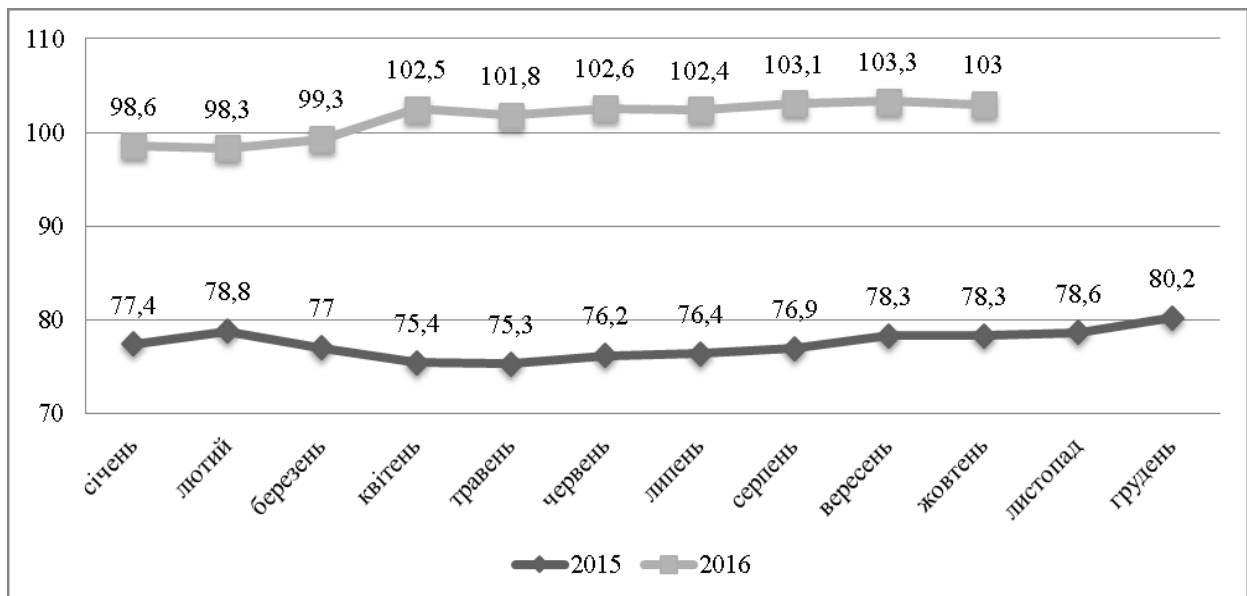


Рис. 1. Індекси фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлі (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком) [7]

За даними Державної служби статистики, кількість підприємств роздрібною торгівлі в Україні за

останні роки почала скорочуватися, але обсяг товарообороту цих підприємств постійно збільшується (табл. 3), що свідчить про укрупнення масштабів діяльності торговельних підприємств.

Таблиця 2

Оборот роздрібно́ї торгівлі у січні-жовтні 2016 року [7]

	Оборот роздрібно́ї торгівлі, млн грн.	Індекси фізичного обсягу обороту роздрібно́ї торгівлі (у порівнянних цінах), %	
		січень-жовтень 2016 до січня-жовтня 2015	довідково: січень-жовтень 2015 до січня-жовтня 2014
Вінницька	29220,8	102,5	83,2
Волинська	22917,2	100,2	86,6
Дніпропетровська	85765,5	100,5	79,7
Донецька	31079,5	96,8	32,6
Житомирська	23948,2	95,1	86,9
Закарпатська	21683,8	100,4	86,4
Запорізька	44093,9	101,3	79,3
Івано-Франківська	30251,4	101,9	86,4
Київська	48845,7	107,1	87,0
Кіровоградська	20063,1	105,7	86,1
Луганська	7527,8	100,9	21,8
Львівська	54845,3	106,3	87,3
Миколаївська	25876,3	100,2	81,3
Одеська	67141,9	104,5	81,9
Полтавська	28264,6	105,5	79,6
Рівненська	20883,2	98,7	84,6
Сумська	20270,3	100,7	81,9
Тернопільська	18028,6	102,6	86,6
Харківська	78936,8	104,9	81,6
Херсонська	23722,2	103,2	82,8
Хмельницька	23601,2	103,5	82,0
Черкаська	24630,0	102,5	85,2
Чернівецька	14991,3	98,5	86,6
Чернігівська	19333,1	100,5	82,0
м. Київ	147008,3	103,7	85,1

З табл. 2 можна зробити висновок, що лідерами за найбільшим товарооборотом роздрібно́ї торгівлі є м. Київ, Дніпропетровська та Харківська області. Збільшення товарообороту підприємств цих населених пунктів відбулося на 3,7 %, 0,5 %, 4,9 % відповідно. У свою чергу, найменший товарооборот у Луганській та Чернівецькій областях, що становить 7527,8 млн грн та 14991,3 млн грн відповідно.

Таблиця 3

Обсяг обороту роздрібно́ї торгівлі у січні-жовтні 2016 року [3]

Оборот роздрібно́ї торгівлі у січні-жовтні 2016 р., млн. грн.	Індекси фізичного обсягу обороту роздрібно́ї торгівлі (у порівнянних цінах), %		
	Січень-вересень 2016 р. до січня-жовтня 2015 р.	Січень-вересень 2015 р. до січня-жовтня 2014 р.	2015 р. до 2014 р.
932930,0	103,0	78,3	80,2

Так, з табл. 3 видно у січні-вересні 2016 р. оборот роздрібно́ї торгівлі склав 932930,0 млн. грн., що у відношенні до аналогічного періоду 2015 р. становить 103 %. Отже, оборот роздрібно́ї торгівлі збільшився на 3 %, що свідчить про ефективність діяльності торговельних підприємств в Україні.

Аналіз роздрібно́го товарообороту є передумовою його прогнозування на майбутній період, визначення рентабельності підприємства та його фінансового стану. Від повноти і глибини аналізу, від правильності зроблених висновків про діяльність підприємства залежить точність, економічне обґрунтування прогнозних розрахунків. Необхідність всебічного аналізу роздрібно́го товарообороту обумовлена тим, що він є одним з основних показників діяльності торговельних підприємств і характеризує обсяг їх діяльності. Обсяг реалізації товарів впливає майже на всі кількісні й якісні показники діяльності

підприємств торгівлі. Так, збільшення обсягу роздрібного товарообороту сприяє зниженню рівня витрат, зростанню прибутку, стійкості фінансового стану торговельного підприємства [1, с. 333].

Висновки

Отже, можна зробити висновок, що сфера роздрібної торгівлі становить останній етап процесу товарно-грошового обміну та доводить товари і послуги до їх кінцевих споживачів. Для визначення ефективності діяльності торгових підприємств, необхідно вивчити та проаналізувати його доходи та витрати, розрахувати відповідні показники. Аналіз чинників допоможе виявити резерви підвищення ефективності діяльності підприємств роздрібної торгівлі.

Література

1. Чаплінська А.А. Значення аналізу у системі управління товарами підприємств роздрібної торгівлі / А.А. Чаплінська, М.І. Уграк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 2. – С. 331–334.
2. Киба К.В. Аналіз ефективності діяльності торгових підприємств / К.В. Киба // Управління ризиком. – 2013. – № 11 (151). – С. 90–92.
3. Відомості Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Гаркуша Н. М. Факторний аналіз витрат на підприємствах роздрібної торгівлі [Електронний ресурс] / Н. М. Гаркуша // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_25
5. Мережа роздрібної торгівлі підприємств на 1 січня 2016 року [Електронний ресурс] : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – 2016. – Вих. № 184/0/08.1вн-16 від 24.05.2016. – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtorg_u.htm
6. Коцеруба Н. В. Оцінка операційних і фінансових ризиків у системі антикризового управління підприємством роздрібної торгівлі / Н. В. Коцеруба // Актуал. проблеми економіки. – 2010. – № 2. – С. 120–128.
7. Експрес-випуск Державної служби статистики України від 21.11.2016 р. № 416/0/08.1вн-16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Надійшла 13.01.2017; рецензент: д. е. н. Денисюк О. М.