

3. Морозова Н. А. Керування комунікаціями в організації / Н. А. Морозова // Вісник ВГУ. Серія: Економіка й керування. – 2010. – №2. – С. 173-180.
4. Наумік К. Г. Комунікаційні мережі як інструмент ефективного управління/ К. Г. Наумік, Шафер Н. М. // Збірник наукових статей Харківського національного економічного університету. – 2011. – №10(107). – С.180-182.
5. Сурмін Ю. Тенденції розвитку державного управління / Ю. Сурмін // Вісник НАДУ. – 2007. – № 1. – С. 5-14.
6. Суровцева Е. С. Комплексна методика виміру організаційних комунікацій / Е. С. Суровцева // Науковий журнал КубГАУ. – 2007. – №33(9). – С. 32-35.
7. Поцілуєв Д. В. Внутрішньокорпоративні комунікації як інструмент ефективного управління знаннями / Д. В. Поцілуєв // Вестник Института экономики РАН. – М.; 2008. – № 3. – С. 344-354.
8. Шестоपालов К. Р. Проблеми формування комунікацій в сучасній організації / Шестоपालов К. Р. // Управління персоналом. – 2006. – № 7. – С. 12-14.
9. Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н. О. Шпак. – Львів: Львівська політехніка, 2011. – 328 с.
10. Шубін О. О. Аналітична оцінка якості організаційних комунікацій / О. О. Шубін, І. В. Сименко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №1(103). – С. 175-184.

УДК 33:339.16

Ж.С. Труфіна, к.е.н., М.І. Уграк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Анотація

Досліджуються основні теоретичні аспекти розвитку роздрібної торгівлі в Україні та напрями підвищення ефективності діяльності внутрішньої торгівлі в Україні. Розглянуто динаміку обсягів роздрібного товарообороту роздрібних підприємств протягом 2003-2012 років, а також динаміку кількості підприємств роздрібної торгівлі за даний період, зроблено висновки, вказано основні причини такого скорочення.

У зв'язку з цим, для розв'язання проблем розвитку роздрібної мережі в Україні запропоновано напрями підвищення ефективності діяльності внутрішньої торгівлі в Україні, а також заходи щодо покращення стану роздрібної торгівлі в Україні.

Ключові слова: роздрібна торгівля, товарооборот, торговельні підприємства, роздрібна мережа, динаміка, програма розвитку, напрями підвищення.

Ж.С. Труфина, к.э.н., М.И. Уграк,

Черновицкий торгово-экономический институт КНТЕУ, г. Черновцы

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

Аннотация

Исследуются основные теоретические аспекты развития розничной торговли в Украине и направления повышения эффективности деятельности внутренней торговли в Украине. Рассмотрена динамика объемов розничного товарооборота розничных предприятий на протяжении 2003-2012 годов, а также динамику количества предприятий розничной торговли за данный период, сделаны выводы, указаны основные причины такого сокращения.

В связи с чем, для решения проблемы развития розничной сети в Украине предложены направления повышения эффективности деятельности внутренней торговли в Украине, а также предложения улучшения состояния розничной торговли в Украине.

Ключевые слова: розничная торговля, товарооборот, торговые предприятия, розничная сеть, динамика, программа развития, направления повышения.

Zhanna S. Trufina, Candidate of Economics, **Mariya I. Ugrak**,
Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNTEU, Chernivtsi

KEY ASPECTS OF THE RETAIL TRADE IN UKRAINE

Annotation

The basic theoretical aspects of the retail trade in Ukraine and directions of the increase activities effectiveness of inside traders in Ukraine are studied. The dynamics of retail trade turnover volumes retailers throughout 2003-2012 years and dynamics of quantity of retail traders for this period, conclusions, are the main reasons for the reduction is examined.

In the connection with this to solve the problem concerning the development of the retail network in Ukraine the ways of increasing activity effectiveness of internal traders in Ukraine are suggested, as well as suggestions regarding the improvement of retail traders in Ukraine are proposed.

Keywords: retail trade, commercial enterprises, retail, dynamics, development program, offers increase.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання розвиток роздрібної торгівлі є важливою передумовою економічного та соціального зростання держави. Роздрібна торгівля відіграє значну роль в забезпеченні потреб людини у високоякісних товарах та послугах. При її посередництві забезпечується зв'язок між виробниками та споживачами продукції, врегульовується баланс між попитом і пропозицією. Останнім часом у сфері роздрібної торгівлі спостерігається тенденція посилення конкурентної боротьби, зменшення прибутку та зниження кількості об'єктів роздрібного ринку. У цих умовах зростає потреба в регулюванні і плануванні розвитку роздрібної торгівлі з метою задоволення споживчих потреб суспільства.

Аналіз останніх досліджень. Вагомий внесок у теоретичні розробки щодо особливостей розвитку роздрібної торгівлі зробили провідні вчені-економісти: О. Азарян, В. Апопій, Н. Голошубова, В. Гросул, Н. Краснокутська, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, В. Марцин, Н. Ушакова та інші науковці. Проте дослідження розвитку даної галузі все ще залишається актуальним, адже щороку в роздрібній торгівлі відбуваються зміни, галузь поповнюється новими методами, формами продажу, сучасні тенденції та чинники її розвитку мають певні особливості.

Метою роботи є аналіз сучасного стану та проблем організації системи роздрібної торгівлі, а також обґрунтування напрямків її удосконалення в умовах ринкової економіки.

Виклад основного матеріалу. Торгівля є найпоширенішим видом економічної діяльності практично всіх підприємств незалежно від форм власності. Даний вид діяльності згадується в статуті майже кожного підприємства, якщо не основною метою діяльності, то одним із пунктів предмету його діяльності. Частка підприємств торгівлі становить 26,35 % від загальної кількості підприємств національної економіки [5]. У сучасних ринкових умовах роздрібна торгівля є тією сферою економіки, яка найбільш динамічно розвивається. З кінця 2003 р. окреслилася стійка тенденція до зростання обсягу товарообігу роздрібної торгівлі (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка обсягів роздрібного товарообороту підприємств протягом 2003-2012 рр.

Як бачимо, протягом 2003-2012 років товарооборот роздрібної торгівлі підвищився більше ніж у 7 разів (на 355120 млн. грн.). Зростання обороту роздрібної торгівлі за останні три роки відбувалося найвищими темпами порівняно з обсягами інших видів економічної діяльності вітчизняної економіки (у 2010 році – на 9,8 відсотка, у 2011 році – на 14,8 відсотка, у 2012 році – на 15,9 відсотка).

Водночас, незважаючи на таку позитивну тенденцію розвитку галузі, кількість об'єктів роздрібної мережі зменшується (рис. 2) [8].

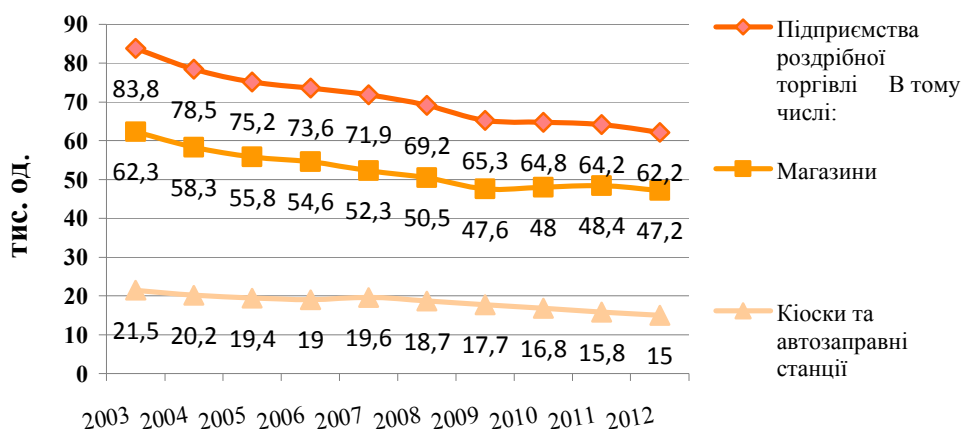


Рис. 2. Динаміка кількості підприємств роздрібної торгівлі в Україні протягом 2003-2012 рр.

Відбулися зміни також у структурі продажу продовольчих і непродовольчих товарів роздрібної мережі (рис. 3).

- Продовольчі товари
- Непродовольчі товари

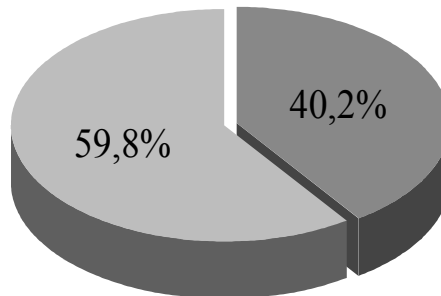


Рис. 3. Обсяги роздрібного товарообороту продовольчих і непродовольчих товарів за 2012 рік

Продажі продовольчих товарів протягом 2012 р. становлять приблизно 40,2% від загального обсягу роздрібної торгівлі. Цей показник є відносно невисоким порівняно з попередніми роками: у 2000 році він становив 52 %. Щодо товарів непродовольчих, то їх частка у товарообороті торговельної мережі є значно вищою і має загальну тенденцію до зростання. Протягом 2000-2012 рр. цей показник зріс на 11,7% і наприкінці 2012 р. він майже сягнув 60 % [8]. Основною причиною цього на сучасному етапі є більш висока динаміка впровадження на ринку непродовольчих товарів нових розробок, які створюються в результаті науково-технічного прогресу. Це, зокрема, товари культурно-побутового призначення та господарського вжитку (радіотовари, товари зв'язку, електропобутові машини тощо) [4].

Характерною ознакою сучасного етапу розвитку економіки України є зростання ролі роздрібної торгівлі у забезпеченні зайнятості населення, особливо жінок і молоді. За даними статистичних обстежень, у торгівлі працює майже шоста частина всього економічно активного населення України, що відповідає рівню економічно розвинутих країн.

До основних проблем, які виникають в процесі здійснення роздрібними підприємствами торговельної діяльності, відносять: купівельну неспроможність населення, різкі зміни попиту на певні категорії товарів, скорочення асортименту вітчизняних товарів на прилавках магазинів, відсутність реєстраторів розрахункових операцій у всіх закладах роздрібної торгівлі, неефективне розміщення роздрібної мережі, необґрунтоване завищення цін, збільшення тіньового сектора на ринку роздрібної торгівлі, зростання концентрації торговельних підприємств та конкуренції між ними.

У сучасних умовах перенасиченого товарного ринку часто на деякі категорії товарів різко змінюється попит населення, внаслідок цього

відбувається зміна обсягів збуту роздрібних підприємств. Успіх торговельного підприємства залежить від того, наскільки оперативного воно здатне реагувати на ці зміни: задовольнити попит при його зростанні або позбутися зайвих товарних ресурсів при зниженні на них попиту. Швидко впоратись з цим завданням можуть такі роздрібні підприємства, які в силу невеликих обсягів реалізації швидко маневрують товарними ресурсами, що дозволяє забезпечити нехай короткострокову, але все ж відчутну перевагу у конкурентній боротьбі [7].

Характерною рисою сучасного внутрішнього ринку України також є процес зникнення багатьох асортиментних груп товарів вітчизняного виробництва, чому значною мірою сприяє витіснення їх імпортованими товарами, просування яких до споживача інтенсивно фінансується іноземним капіталом, що є значною проблемою не лише в сфері роздрібною торгівлі, але й на рівні всієї держави. Це призводить фактично до монополізації окремих сегментів внутрішнього споживчого ринку іноземними виробниками. Через відсутність можливостей фінансового забезпечення процесу переміщення товарів вітчизняні товаровиробники потребують серйозного захисту своїх інтересів з боку держави [2].

Однією із важливих проблем функціонування роздрібною мережі в Україні є неефективне встановлення цін. Покупець при відвідуванні магазину завжди встановлює для себе діапазон цін, у межах якого він може здійснити покупки. Зрозуміло, що зниження цін, надання знижок суттєво впливає на прийняття рішення щодо придбання товару, тобто активізує роздрібною товарооборот.

Щоб впевнитись в правильному розрахунку при придбанні товару, в закладах роздрібною торгівлі покупці отримують чек. Відповідно до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції при продажу товарів у сфері торгівлі, зобов'язані проводити розрахункові операції на повну суму покупки (надання послуги) через реєстратори розрахункових операцій з роздрукуванням відповідних розрахункових документів – чеків [1]. Проте ця вимога не стосується фізичних осіб – підприємців, які функціонують на спрощеній системі обліку та звітності, за якої (при умові не продажу піддакцизних товарів) вони не зобов'язані використовувати реєстратори розрахунково-касових операцій, а отже і видавати чеки. Значна частина приватних роздрібною магазинів функціонує саме за цією формою підприємництва. Так, за даними одноразового суцільного обстеження об'єктів торгівлі та ресторанного господарства, що належать суб'єктам підприємницької діяльності – фізичним особам, яке провадять органи Держкомстату раз на п'ять років, у 2008 р. кількість об'єктів роздрібною торгівлі фізичних осіб

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

підприємців у 5 разів перевищувала кількість об'єктів, що належали підприємствам-юридичним особам, і становила 381,4 тис., у тому числі магазинів – 131,2 тис. одиниць і кіосків – 250,2 тис. одиниць [8]. Тому потрібно визнати, що йдеться про можливість неправильного розрахунку покупців при купівлі товарів у таких магазинах, про завищення цін недобросовісними продавцями, а також про приховування суб'єктами малого підприємництва частини виручки від продажу товарів, що призводить до збільшення сегмента тіньового сектора ринку.

В Україні оприлюднена програма розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2016 року [3].

Отже, розв'язання проблеми розвитку роздрібної мережі в Україні пов'язане з напрямками, зазначеними на рис. 4.

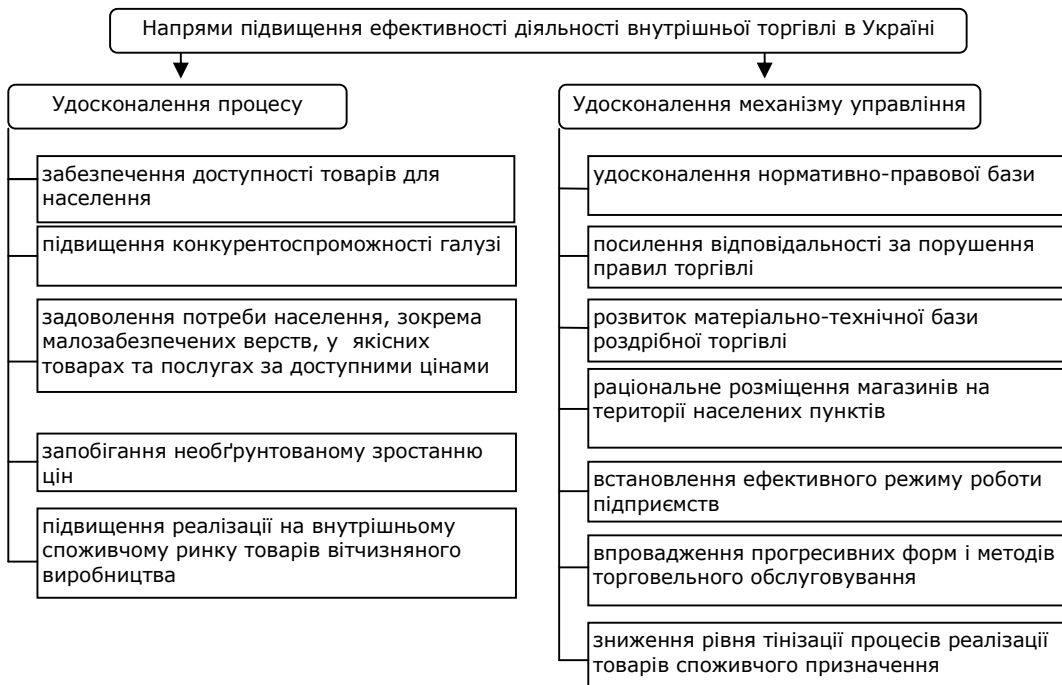


Рис. 4. Напрями підвищення ефективності діяльності внутрішньої торгівлі в Україні

Необхідними діями для покращення розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі з боку держави є здійснення комплексу заохочувальних заходів щодо реалізації на внутрішньому споживчому ринку товарів вітчизняного виробництва, а саме: надання національним виробникам пільгових орендних умов; впровадження законодавчої вимоги, яка зобов'язувала б надавати роздрібним магазинам всіх форм підприємництва товарний чек при здійсненні розрахунків з купівлі товару; зниження рівня тінізації процесів реалізації

товарів споживчого призначення за рахунок ефективного державного контролю.

Висновки. Таким чином, можемо сказати, що простежується позитивна тенденція до розвитку роздрібною мережі в Україні, спостерігається значне посилення конкуренції в даній галузі, активізуються процеси зростання роздрібного товарообороту підприємств, але через недостатній контроль з боку держави та недобросовісну поведінку суб'єктів господарювання даної галузі прослідковуються порушення правил торгівлі та зниження керованості і рентабельності даного бізнесу. Наведені заходи допоможуть покращити стан роздрібною торгівлі в Україні, підвищити ефективність продажів товарів та створять передумови для ефективного розвитку сучасних об'єктів роздрібною торгівельної мережі.

Список використаних джерел:

1. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР [електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%>
2. Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 грудня 1997 р. № 1449 [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF>.
3. Проект програми розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2016 року [електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/file/link/.../file/programa.doc>.
4. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підручник / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 402 с.
5. Буцяк Н. С. Сучасний стан і перспективи розвитку роздрібного товарообігу підприємств торгівлі в Україні / Н. С. Буцяк, Т. Г. Васильців // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 131–137
6. Тарасюк М. І. Структурні зрушення у розвитку торгівлі України на сучасному етапі / М. І. Тарасюк // Товари і ринки. – К. : КНТЕУ, 2010. – №1(9). – С. 17–28.
7. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного, функціонування споживчого ринку [електронний ресурс] / О. В. Шимко // Вісник Рівненського державного гуманітарного університету «Економічні науки». – 2012. – Випуск 9 (33). – Ч. 3. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/64.pdf.
8. Офіційний сайт держкомстату України [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 338.314

С.В. Шубіна, к.е.н.,
Харківський інститут банківської справи
Університету банківської справи Національного банку України,
м. Харків
В.П. Юрченко,
Університет банківської справи Національного банку України
м. Київ

ПРОГНОЗУВАННЯ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація

У статті досліджено та проаналізовано основні підходи щодо визначення поняття «рентабельність», запропоновано власний погляд на процес аналізу та прогнозування ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Як результат дослідження