

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто особливості торгівельної сфери України, проаналізовано сучасний стан роздрібної торгівлі, визначено показники ефективності діяльності торгових підприємств та надано їх характеристику шляхом встановлення нормативних значень та виявлення позитивного результату для підприємства.

Аннотация. Рассмотрены особенности торговой сферы Украины, проанализировано современное состояние розничной торговли, определены показатели эффективности деятельности торговых предприятий и дана их характеристика путем установления нормативных значений и выявления положительного результата для предприятия.

Annotation. The features of Ukraine's commercial sphere and the modern state of retailers are considered, performance indicators of trading companies are defined, their characteristic is provided by means of establishing normative values and detecting the positive result for a company.

Ключові слова: торгове підприємство, роздрібна торгівля, товарооборот, доходи, витрати, ефективність діяльності.

У сучасних умовах в Україні значного розвитку набула сфера торгівлі, як оптової, так і роздрібною, але більш розповсюдженими є підприємства роздрібною торгівлі.

Роздрібна торгівля – це продаж товарів кінцевому споживачеві, причому не важливо, як саме та де саме продаються товари або послуги. На відміну від оптової торгівлі, товар, куплений у системі роздрібною торгівлі, не розрахований на подальший перепродаж, а призначений для безпосереднього використання [1].

Питання функціонування підприємств роздрібною торгівлі у своїх працях розглядали такі вчені-економісти, як: Родіонова Ю. Ф., Лігоненко Л. О., Мазаракі А. А., Бланк І. О., Ушакова Н. М., Кравченко Л. І. та інші, але не всі питання достатньо висвітлені. Ефективність роботи торгівельних підприємств залежить від багатьох факторів та потребує детального аналізу через навколишню ситуацію, яка постійно змінюється.

Мета дослідження – розглянути особливості аналізу ефективності діяльності торгових підприємств в Україні та надати оцінку цій економічній категорії.

Завдання дослідження: розглянути статистичні дані щодо торгівлі в Україні; визначити показники ефективності діяльності торгового підприємства; виявити зв'язок між доходами, витратами та ефективністю діяльності підприємства торгівлі.

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 торгівлі є не тільки цілеспрямований продаж товарів, але й торговельне обслуговування покупців, і надання додаткових торгівельних і післяпродажних послуг [2].

За даними державного Комітету статистики (табл. 1), кількість підприємств роздрібною торгівлі в Україні за останні роки почала скорочуватися, але обсяг товарообороту цих підприємств постійно збільшується, що свідчить про укрупнення масштабів діяльності торгівельних підприємств.

Роздрібна торгівля України [3]

Роки	Обсяг товарообороту підприємств, млн грн	У т. ч. питома вага, %		Ланцюгові темпи зростання обсягів товарообороту, %	Базисні темпи зростання обсягів товарообороту, %	Кількість підприємств торгівлі на кінець року, тис. од.
		продовольчих товарів	непродовольчих товарів			
2006	94332	41,6	58,4	123,4	–	75,2
2007	129952	38,2	61,8	126,4	137,8	73,6
2008	178233	35,3	64,7	129,5	188,9	71,9
2009	246903	34,4	65,6	117,3	261,7	69,2
2010	230955	40	60	79,1	244,8	65,3
2011	280890	39,5	60,5	110,1	297,8	64,8
2012	350059	38,9	61,1	113,2	371,1	64,2

Так, з табл. 1 видно, що в 2006 р. кількість підприємств роздрібно торгівлі складала 75,2 тис., а в 2012 р. – 64,2 тис., що на 15 % менше, ніж у базисному році. Але щодо товарообороту можна сказати, що за ці ж роки він збільшився майже в чотири рази, що свідчить про ефективність діяльності торгових підприємств.

Продовольчі товари в роздрібній мережі займають 38,9 % усієї маси товарів, яка продається підприємствами роздрібно торгівлі, а непродовольчі – 61,1 % відповідно. Серед продовольчих товарів найпоширенішими серед українців в 2012 р. були: м'ясо й ковбасні вироби, молочні продукти, кондитерські вироби, алкогольні напої та тютюнова продукція; серед непродовольчих товарів найбільшого попиту серед покупців зазнали такі товари: автомобілі та автотовари, бензин, фармацевтичні товари, аудіо- та відеообладнання, косметико-парфюмерні товари, одяг [3]. Найбільший обсяг роздрібного товарообігу по даним Держкомстату зафіксовано у таких регіонах: Київ, Донецьк, Дніпропетровськ.

Торгові підприємства існують завдяки отриманим доходам, які в своїй більшості є виручкою від реалізації товарів. Доходи торгового підприємства доцільно аналізувати враховуючи такі статті, як: непрямі податки, собівартість придбаних для реалізації товарів, витрати на збут, торговельна націнка. Обов'язковою умовою при аналізі доходів є розрахунок показників питомої ваги торговельної націнки в обсязі товарообороту, суми торговельної націнки в розрахунку на одного торгового працівника, а також обсягу товарообігу в розрахунку на одного торгового працівника.

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 по доведенню продукції до споживачів [4].

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 [5].

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. [5].

Склад витрат на збут наведено в ПСБО 16 "Витрати".

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 [5].

Головні показники ефективності діяльності торгових підприємств наведено в табл. 2.

Показники ефективності діяльності торгових підприємств

Показник	Розрахунок	Оптимальне або бажане значення
навантаження на 1 кв. м торгової площі	відношення обсягу товарообігу до площі торгового залу	повинен бути як можна вище
коефіцієнт експозиційної площі	відношення площі товарів до площі торгового залу	0,7 – 0,75
коефіцієнт установчої площі	відношення площі, зайнятої обладнанням, до площі торгового залу	0,27 – 0,3
коефіцієнт використання об'єму складів	відношення корисного об'єму складів до основного об'єму складів	наближений до 1
середньорічний виторг на одного торгового працівника	відношення річного обсягу товарообігу до середньорічної чисельності торгового персоналу	чим вище значення цих показників, тим раціональніше підприємство використовує свої ресурси
середньоденний виторг на одного торгового працівника	відношення річного обсягу товарообігу до добутку середньорічної чисельності торгового персоналу та кількості робочих днів у році	
валовий прибуток у розрахунку на одного торгового працівника	відношення валового прибутку до середньорічної чисельності торгового персоналу	зростання показника – позитивний результат
ефективність використання товарних запасів	у чисельнику обсяг товарообігу за звітний період, а в знаменнику – (залишки товарних запасів на початок періоду + надходження товарів – залишки товарних запасів на кінець періоду)	0,6 – 0,8
рентабельність продаж	відношення чистого прибутку до обсягів продажу	зростання показника
рентабельність витрат обігу	відношення валового прибутку до суми витрат обігу	зменшення показника – позитивний результат
коефіцієнт окупності витрат обігу	відношення суми витрат обігу до обсягу товарообігу	зменшення показника

Таким чином, для визначення ефективності діяльності торгового підприємства, перш за все, необхідно вивчити та проаналізувати його доходи та витрати, розрахувати наведені показники. Факторний аналіз цих чинників допоможе виявити резерви підвищення ефективності діяльності торгових підприємств, а саме: резерви ефективності використання основних засобів, трудових і матеріальних ресурсів, резерви підвищення рентабельності торгової діяльності. Науковим результатом даного дослідження є систематизація показників оцінки ефективності торгової діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Перспективами подальших досліджень є більш детальне вивчення факторів, від яких залежить товарообіг торговельного підприємства, та пошуки шляхів зменшення витрат обігу при незмінній якості товару та обслуговування споживачів.

Наук. керівн. Мішин О. Ю.

Література: 1. <http://ru.wikipedia.org>. 2. <http://www.grandars.ua>. 3. www.ukrstat.gov.ua. 4. Боднарюк І. Л. Удосконалення системи управління витратами торговельних підприємств / І. Л. Боднарюк // Торговля і ринок України. – 2009. – № 27. – С. 151–157. 5. Мішина С. В. Аналіз у галузях виробництва і послуг : навчальний посібник / С. В. Мішина, О. Ю. Мішин. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 240 с.