

8. Лютий І. О. Проблеми та перспективи спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні / І. О. Лютий, М. В. Ромашко // *Фінанси України*. – 2007. – № 6. – С. 31–38.
9. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>
10. Фастовець М. Проблемні аспекти ризиковості кредитування малого бізнесу в Україні / М. Фастовець // *Вісник Національного банку України*. – 2007. – № 11. – С. 72–77.

УДК 339.142:339.37

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ВИДІВ ТОВАРООБОРОТУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

І. В. Височин, кандидат економічних наук

Кількісна та якісна характеристики товарної маси, яка переходить зі сфери виробництва у сферу споживання, відповідно до закону товарного обігу, відображається в показниках товарообороту. Відомо, що товарооборот є одним із головних результативних показників господарської діяльності підприємств роздрібною торгівлі і важливим чинником забезпечення сталого економічного зростання країни в цілому. Зважаючи на це, дослідження теоретико-методологічних і практичних засад управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі не втрачає актуальності.

Для забезпечення глибокого та всебічного пізнання категорії товарообороту підприємств роздрібною торгівлі необхідно обґрунтувати розширену класифікацію його видів залежно від різних ознак, оцінити відмінність/подібність відносин між окремими видами і запропонувати спосіб виміру цих відносин. Класифікація сприятиме вдосконаленню теоретичних підходів і уявлень щодо сутності категорії товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, відображатиме її структуру залежно від причинних взаємозв'язків між складовими елементами, що відбивають найістотніші ознаки, та впливу зовнішніх факторів.

Розгляду проблематики управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі і розробці класифікаційних ознак його видів присвячені праці вітчизняних науковців, які з різним ступенем деталізації висвітлювали проблематику класифікації видів то-

варообороту підприємств торгівлі, а саме: В. В. Апопій, І. О. Бланк, Н. О. Власова, Б. В. Гринів, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, В. С. Марцин, Н. М. Ушакова, Л. В. Фролова, Ю. П. Яковлев та ін. Серед науковців країн СНД ми досліджували напрацювання А. У. Альбекова, Р. П. Валевиц, А. І. Гребнєва, Г. А. Давидової, С. М. Лебедевої, О. М. Соломатіна.

Мета статті полягає в обґрунтуванні розширеної класифікації товарообороту підприємств роздрібною торгівлі залежно від різних ознак.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання: проаналізувати праці науковців з торговельного менеджменту на предмет визначення існуючих підходів до класифікації товарообороту підприємств роздрібною торгівлі; доповнити класифікацію товарообороту підприємств роздрібною торгівлі новими класифікаційними ознаками.

Розширена класифікація товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, що відображатиме особливості даного показника, на нашу думку, повинна мати такий вигляд.

1. *Залежно від територіальних меж ринку* товарооборот підприємств роздрібною торгівлі можна класифікувати на два види:

1) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі на внутрішньому ринку – це обсяги продажу товарів вітчизняного виробництва та імпортованих товарів підприємством роздрібною торгівлі в межах країни;

2) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі на зовнішньому ринку – це обсяги продажу товарів підприємством роздрібною торгівлі за межі країни (експорт).

2. *Залежно від концентрації і місця розташування підприємства роздрібною торгівлі доцільно виокремлювати:*

1) товарооборот ізольовано розміщеного підприємства роздрібною торгівлі;

2) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі з груповим розміщенням торговельних об'єктів (мережева торгівля).

3. *Залежно від організаційно-правової форми господарювання підприємства* виокремлюють такі види: товарообороту підприємства роздрібною торгівлі, господарське товариство (акціонерного товариства, товариства з обмеженою, додатковою, повною відповідальністю, командитного товариства); приватне підприємство; державне підприємство; комунальне підприємство; іноземне підприємство або підприємство з іноземними інвестиціями; інше.

Різновиди товарообороту підприємств роздрібною торгівлі згідно з означеною класифікаційною ознакою визначено відповідно до Державного класифікатора України «Класифікація організаційно-правових форм господарювання» [1].

4. *Залежно від розміру підприємства роздрібною торгівлі* його товарооборот класифікують на:

1) товарооборот малого підприємства роздрібною торгівлі;

2) товарооборот середнього підприємства торгівлі;

3) товарооборот великого підприємства торгівлі.

Поділ підприємств роздрібною торгівлі за розмірами має відповідати статті 63 Господарського кодексу України [2].

5. *Залежно від виду економічної діяльності*, ґрунтуючись на Класифікаторі видів економічної діяльності [3], пропонуємо виокремлювати:

1) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що торгує автомобілями, автотоварами та паливом;

2) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом):

- товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що торгує переважно продовольчими товарами (у спеціалізованих і неспеціалізованих магазинах);

- товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що торгує переважно непродовольчими товарами (у спеціалізованих і неспеціалізованих магазинах);

- товарооборот підприємства роздрібною торгівлі поза магазинами.

6. *Залежно від ознаки покупки і кінцевої мети продажу* товарооборот підприємства роздрібною торгівлі поділяється на такі види: роздрібний товарооборот; оптовий товарооборот.

На нашу думку, у комплексному визначенні сутності роздрібного товарообороту слід передбачити, що кінцевим споживачем товарів не завжди є населення. Тому пропонуємо визначити роздрібний товарооборот як сукупність соціально-орієнтованих економічних відносин, які виникають на завершальній стадії переходу товару зі сфери обігу у сферу особистого споживання, через обмін на грошові доходи населення чи грошові кошти інших кінцевих споживачів, і кількісно відображається в обсязі доходу (виручки) від реалізації.

Спираючись на визначення оптового товарообороту у нормативно-законодавчих актах і джерелах фахової літератури з питань економіки та організації торговельної діяльності, пропонуємо розуміти оптовий товарооборот як економічну категорію, сукупність економічних відносин, які виникають на стадії переходу товару зі сфери виробництва до сфери обігу, пов'язані з використанням товару у підприємницькій діяльності або в інших цілях, що виключають його особисте споживання, та кількісно відображаються в обсязі доходу (виручки) від реалізації.

7. *Залежно від методу торгівлі* товарооборот підприємства роздрібною торгівлі класифікують на такі види [4, с. 104]:

1) продаж товарів на основі індивідуального обслуговування покупців (через прилавок);

2) продаж товарів на основі самообслуговування;

3) продаж товарів за зразками або каталогами;

4) продаж товарів на замовлення покупців (цей метод роздрібного продажу товарів регулюють Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями і Правила продажу товарів поштою);

5) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі від прямого продажу товарів по телефону, Інтернету.

8. *Залежно від термінів розрахунку за реалізовані товари* у складі товарообороту підприємства роздрібною торгівлі виокремлюють [5, с. 138; 6, с. 99; 7, с. 106]:

1) продаж товарів з негайною оплатою;

2) продаж товарів у кредит з відстрочкою платежу на встановлений термін або способом узгоджених періодичних виплат (з розстроченням платежу).

Порядок продажу товарів у кредит регламентують статті 694 і 695 Цивільного кодексу України та Правила торгівлі у розстрочку.

9. *Залежно від форми грошових розрахунків* товарооборот підприємства роздрібною торгівлі класифікують на такі види [5, с. 138; 6, с. 98–99; 7, с. 106; 8, с. 83]:

1) продаж товарів за готівку: грошові кошти, отримані безпосередньо від покупців або перераховані зі спеціальних рахунків за дорученням вкладників;

2) продаж товарів за безготівковим розрахунком (за кредитними картками, за розрахункові чеки банків).

Порядок здійснення готівкових розрахунків у торговельній діяльності регулюється Законом України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг», Положенням про ведення касових операцій у національній валюті в Україні.

Продаж товарів за безготівковим розрахунком регламентує Інструкція про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах, Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті.

10. *Залежно від територіально-організаційної ознаки* розрізняють товарооборот підприємства роздрібною торгівлі у міському поселенні; товарооборот підприємства роздрібною торгівлі у сільській місцевості [9, с. 46].

11. *Залежно від асортиментної структури* товарооборот підприємства роздрібною торгівлі поділяється на товарооборот підприємства роздрібною торгівлі від продажу продовольчих товарів і від продажу непродовольчих товарів [9, с. 46]:

Порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування регламентують Правила роздрібною торгівлі продовольчими товарами та Правила роздрібною торгівлі непродовольчими товарами.

12. *Залежно від характеру реалізованих товарів* у складі товарообороту підприємства роздрібною торгівлі виокремлюють [6, с. 99; 7, с. 107]:

1) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі від продажу традиційних товарів;

2) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі від продажу нових товарів;

3) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі від продажу товарів, що були у використанні – скуплених у населення, прийнятих торговельними підприємствами від населення на комісію. Порядок здійснення такого продажу регламентують Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами.

13. *Залежно від показника оцінки* вбачається за доцільне виокремити такі види товарообороту підприємства роздрібною торгівлі:

1) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі у вартісних показниках оцінки;

2) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі у натуральних (фізичних) показниках оцінки;

3) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі у питомих показниках оцінки.

Вартісні показники характеризують обсяги товарообороту підприємства роздрібною торгівлі у грошовому вираженні в діючих і зіставних цінах, натуральні – фізичні обсяги

продажу товарів у вимірнику, що відповідає їх товарознавчій специфіці. Питомі показники оцінки товарообороту являють собою характеристику товарно-групової структури та складу товарообороту на основі визначення питомої ваги (часток).

14. *Залежно від ступеня досягнення цільових характеристик діяльності* підприємства роздрібною торгівлі доцільно виокремити:

1) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що забезпечує беззбиткову діяльність;

2) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що забезпечує отримання мінімального прибутку;

3) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що забезпечує отримання нормального прибутку;

4) товарооборот підприємства роздрібною торгівлі, що забезпечує отримання цільового прибутку.

Зазначені види товарообороту базуються на визначенні критичних обсягів діяльності, що забезпечують підприємству роздрібною торгівлі досягнення цільових параметрів діяльності, а саме: беззбитковість або одержання прибутку в обсязі, що відповідає мінімальному рівню рентабельності на вкладений капітал, середньогалузевій нормі рентабельності власного капіталу чи потребам підприємства в коштах на фінансування цілей капіталізації і споживання.

15. *Залежно від можливості передбачення* у складі товарообороту підприємства роздрібною торгівлі розрізняють:

1) прогнозований товарооборот підприємства роздрібною торгівлі – характеризує обсяг реалізації товарів, що пов'язаний із передбачуванним перебігом господарської діяльності підприємства;

2) непрогнозований товарооборот підприємства роздрібною торгівлі – вирізняється повною непередбачуваністю і пов'язаний зі здійсненням імпульсивних покупок.

16. *Залежно від граничних характеристик прогнозного обсягу* товарооборот підприємства роздрібною торгівлі можна класифікувати на такі види:

1) максимально можливий товарооборот підприємства роздрібною торгівлі – пов'язаний із визначенням потенціального обсягу продажу товарів підприємством на даному локальному ринку;

2) реально досяжний товарооборот підприємства роздрібною торгівлі – визначається на основі узгодження прогнозу і плану товарообороту та у подальшому є основою для розробки бюджету продаж і встановлення квот продаж;

3) мінімальний товарооборот підприємства роздрібною торгівлі – товарооборот, що забезпечить підприємству роздрібною торгівлі беззбитковість торговельної діяльності у перспективному періоді.

17. *Залежно від методики передбачення* товарооборот підприємства роздрібною торгівлі класифікують на два види [5, 6, 10, 11]:

1) необхідний товарооборот підприємства роздрібною торгівлі – визначений на основі цільового (необхідного) обсягу прибутку, рівня комерційного доходу та витрат обігу;

2) можливий товарооборот підприємств роздрібною торгівлі – визначений на основі вивчення динаміки товарообороту та перенесення основних закономірностей розвитку на перспективний період з урахуванням факторів, що впливають на обсяги товарообороту. Може бути визначений на основі екстраполяції динамічного ряду, побудови економікоматематичних моделей, врахування ринкових можливостей і ресурсного забезпечення, експертних оцінок.

Отже, глибоке та всебічне розуміння сутнісних характеристик товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, його місця у системі показників споживчого ринку є передумовою розроблення науково обґрунтованих засад управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі, яке, на нашу думку, повинно ґрунтуватись на ринково-орієнтованому підході. Чітке розмежування та впорядкування видів товарообороту підприємств роздрібною торгівлі за допомогою удосконалення існуючих і розробки нових класифікаційних ознак сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень з питань управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Класифікація організаційно-правових форм господарювання. ДК 002:2004. – [Чинний від 01.06.2004 р.]. – К. : Державний Комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, 2004.
2. Господарський кодекс України : станом на 01 січня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>
3. Класифікація видів економічної діяльності. ДК 009-2005. – [Чинний від 01.04.2006 р.]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006.
4. Экономика торгового предприятия : учеб. для вузов / А. И. Гребнев, Ю. К. Баженов, О. А. Габриэлян и др. ; рук. авт. кол. А. И. Гребнев. – М. : Экономика, 1996. – 238 с.
5. Бланк И. А. Управление торговым предприятием / И. А. Бланк. – М. : Ассоциация авторов и издателей ; ТАНДЕМ ; ЭКМОС, 1998. – 416 с.
6. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : підруч. для вузів / А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, Л. О. Лігоненко. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
7. Марцин В. С. Економіка торгівлі : [підручник] / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 402 с.
8. Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учебник / под общ. ред. А. Н. Соломатина. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 295 с. – (Серия «Высшее образование»).
9. Лебедева С. Н. Экономика торгового предприятия : учеб. пособие / С. Н. Лебедева, Н. А. Казначикова, А. В. Гавриков. – Минск : Новое знание, 2001. – 240 с.
10. Валеви́ч Р. П. Экономика торгового предприятия : учеб. пособие / Р. П. Валеви́ч, Г. А. Давыдова. – Минск : Высшая школа, 1996. – 367 с.
11. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі : навч. посіб. / Ю. П. Яковлев. – Херсон : Олді-плюс, 2009. – 356 с.

УДК 338.2:664(477)

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Г. А. Місько

У сучасних умовах конкурентного середовища для підприємств харчової промисловості актуальним є визначення сильних і слабких сторін підприємства, його зовнішніх можливостей і загроз з урахуванням факторів, які впливають на економічну стратегію підприємства. Розвиток ринкових відносин, пов'язаних з конкурентною боротьбою підприємств робить необхідним визначення результативного інструментарію оцінки існуючого становища підприємства та визначення напрямів поліпшення стратегічного управління в умовах конкурентного середовища.

Теоретичний і методологічний інструментарій оцінки стратегічного управління знай-

шов відображення у працях таких вчених як А. Томпсон, А. Стрікланд, І. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, Е. Чандлер, О. Виханський, Н. Никитіна та ін. Питання економічної стратегії досліджено у працях таких учених, як В. А. Горемикін, М. В. Макаренко, А. П. Градов, Я. Жаліло, О. М. Скібіцький та ін.

Вивчення літератури, присвяченої оцінці економічної стратегії підприємства, показує, що дослідники розглядають інструментарій оцінки стратегічного управління підприємством. Також слід відзначити, що існує ряд питань теоретичного та практичного характеру, що стосується інструментарію оцінки економічної стратегії підприємства харчової