

14. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник / Н. И. Кондаков. – 2-е изд. – М. : Наука, 1975. – 720 с.
15. Концепція нормування праці на принципах ефективної взаємодії показників професійно-кваліфікаційного рівня працівників, їх продуктивності та заробітної плати. – Краматорськ : Центр продуктивності М-ва праці та соціальної політики України, 2004. – 20 с.
16. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – Т. 1. – 415 с.
17. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. ; пер. с англ. – М. : Дело ЛТД, 1994. – 702 с.
18. Методичні рекомендації щодо оплати праці працівників малих підприємств / НДУ соціально-трудових відносин Мінпраці України. – Офіційне видання. – К. : Соцінформ, 1974. – 48 с.
19. Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании / В. В. Новожилов. – М. : Экономика, 1967. – 376 с.
20. Організація й оплата праці на підприємствах в умовах переходу до ринкової економіки : навчальний посібник / [Радомський С. Й., Гончаров В. М., Додонов О. В. та ін.]. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2004. – 264 с.
21. 100 термінів і понять соціально-трудової сфери : енциклопедичний словник. – Луганськ : ДУНДІ соціально-трудових відносин, 2005. – 220 с.
22. Тлумачний словник російської мови: 80 000 слів і фразеологічних виразів – 4-те вид., доповн. [авт.-уклад. С. І. Ожегов, Н. Ю. Шведова] ; Рос. акад. наук, Ін-т рос. мови ім. В. В. Виноградова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
23. Флорова І. Т. Філософський словник / І. Т. Флорова. – 5-те вид. – М. : Політвид, 1986. – 596 с.

Рецензенти:

Череп А.В. – доктор економічних наук, декан факультету економіки Запорізького національного університету;

Селіверстов В.В. – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки Нікопольського інституту Запорізького національного університету.

УДК 519.86

ББК 65.011.12

Синиця С.М., Гринів Л.В., Гринів Н.В.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України,
кафедра менеджменту і маркетингу,
76000, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 82,
тел.: 59644,
e-mail: Svetlana_sunuzja@mail.ru

Анотація. У статті розглянуто торгівлю, її сутність і значення для економіки країни. Показано торговельне підприємство, виведені його властивості як складної соціально-економічної системи, що потребує аналізу й удосконалення фінансової діяльності. Доведено актуальність торгівлі в умовах перебудов та економічних криз, яка швидше виходить із кризи та з меншими збитками, ніж інші галузі економіки. Визначено, що особливості функціонування торговельного підприємства доцільно розглядати з позиції системного підходу.

Ключові слова: модель, моделювання, фінансова діяльність, торгівля.

Annotation. The article deals with trade, its nature and significance for the economy of country. A trade enterprise is shown, shown out its properties as difficult socio-economic system which requires analysis and improvement of financial activity. Proved the actuality of trade in the conditions of alterations and economic crises, which is faster out of the crisis and with less damage than other

industries of economy. Determined that the features of functioning of trade enterprise it is expedient to examine from position of a systematic approach.

Key words: model, modeling, financial activity, trade.

Вступ. У країнах з розвинутою ринковою економікою торгівля відноситься до найбільш важливих видів економічної діяльності, тобто, у певному розумінні, торгівля, як дзеркало, відображає реальний стан економіки України, у якій відсутня добросовісна конкуренція, жалюгідний платоспроможний попит унаслідок відсутності стабільних доходів населення, деформована структура економіки, непрозорість правового поля для підприємницької діяльності. У такій ситуації в країні від торгівлі важко вимагати бездоганного функціонування.

Перехід економіки України до ринку, структурна перебудова промисловості, швидка зміна економічних умов для зарубіжних інвесторів і товаровиробників поставили більшість українських торговельних підприємств (ТП) у складні економічні умови. Керівники підприємств повинні були в короткі терміни проводити оцінку впливу змін в економічній ситуації на функціонування комерційної організації або форми бізнесу, знаходити нові рішення щодо коректування діяльності ТП. У таких умовах досвіду й інтуїції керівників є замало для забезпечення ухвалення правильного рішення, від своєчасності й обґрунтованості яких залежатиме успішність її роботи.

Період економічної кризи в Україні супроводжується різким падінням усіх основних показників економіки нашої країни. На сьогоднішній день тільки банківська система й торгівля розвиваються. Окрім цього, вагому частку іноземних інвестицій складають інвестиції в українську торгівлю.

Торгівля є галуззю з високим рівнем зайнятості населення і в умовах економічної кризи дозволяє забезпечити зайнятість населення, що вивільняється з інших сфер економіки. Перш за все, це пояснюється великим розміром неврахованих виплат на користь працівників торговельних підприємств. Як відомо, однією з основних проблем сучасної української економіки є проблема неплатежів. У цьому сенсі ситуація в торгівлі є позитивною. Аналізуючи наведений матеріал, можна зробити висновок про незаперечну значущість удосконалення управління в торговельній галузі в умовах ринкової економіки.

Постановка завдання. Особливості функціонування торговельного підприємства доцільно розглядати з позиції системного підходу до функціонування підприємства, який активно розроблявся такими видатними економістами: К.А. Багриновським, П.Г. Буничем, Н.Е. Єгоровою, Г.Б. Клейнером, І.Г. Поповим та іншими. Проте наукові дослідження, які присвячені проблемам моделювання фінансової діяльності торговельних підприємств, є не повністю досконалими й потребують подальшого доопрацювання.

Метою статті є аналіз діяльності торговельного підприємства, виведення його властивостей, як складної соціально-економічної системи, а також особливостей функціонування з позиції системного підходу, який до цього часу мало використовувався.

Результати. Однією з характерних особливостей торгівлі як галузі економіки є висока швидкість обороту капіталу. З одного боку, це дозволяє мінімізувати інфляційні втрати в нестабільних умовах кризового періоду. Але з іншого боку, можлива втрата деякої величини доданої вартості, викликана зниженням загальної рентабельності товарообігу. Проаналізована динаміка кредиторської заборгованості за видами економічної діяльності в Івано-Франківській області протягом 2007–2009 років, де торгівля займала перше місце [1]. Відповідно до індексів фізичного обсягу, за видами економічної діяльності торгівля займала шосте місце у 2009 році. Крім того, у торгівлі, як ні в одній з галузей економіки, велика частка надходження і вибуття наявних грошових

коштів. Це, у свою чергу, дозволяє формувати неврахований наявний грошовий оборот, що є основою тіньової економіки. У 2008 році прямі іноземні інвестиції, які були вкладені в економіку Івано-Франківської області, а саме: фінансова діяльність займає 73%, вкладення в будівництво – 14%, у сільське господарство – 9% і в торгівлю – лише 3% (рис. 1).

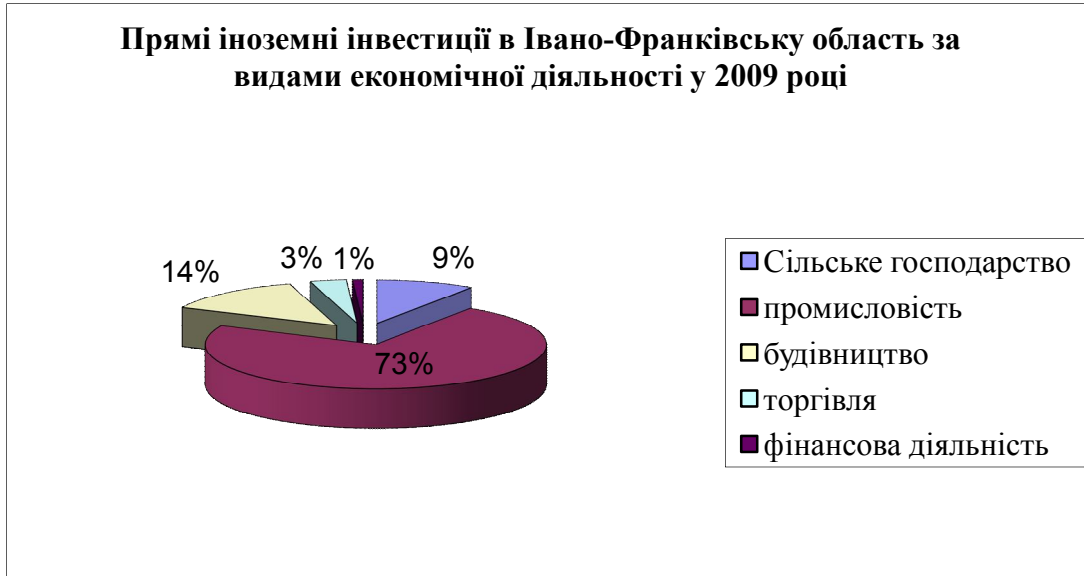


Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в Івано-Франківську область за видами економічної діяльності у 2009 році

Згідно з динамікою кількості найманих працівників за видами економічної діяльності протягом 2003–2009 років, можна відмітити, що торгівля займає четверте місце, проте з кожним роком кількість працівників, зайнятих торгівлею, зростає (рис. 2).

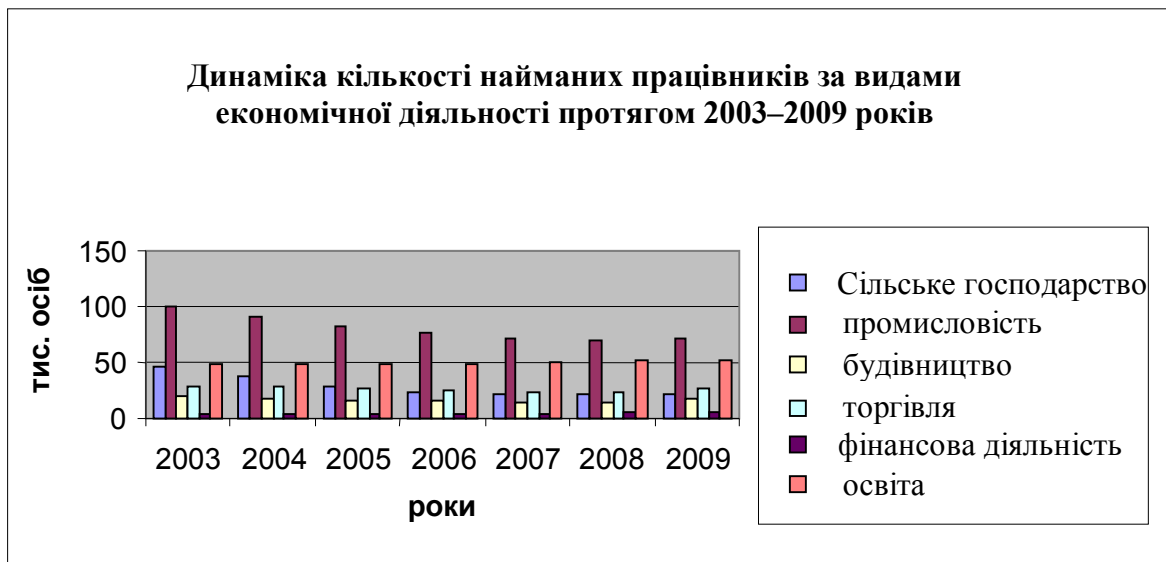


Рис. 2. Динаміка кількості найманих працівників за видами економічної діяльності протягом 2003–2009 років

Відповідно до нарахованої середньомісячної заробітної плати працівників у 2009 році, торгівля посідає сьоме місце після державного управління, фінансової діяльності,

промисловості, сільського господарства, будівництва й освіти. Це свідчить про те, що заробітна плата є невисокою – 927 грн, згідно з даними [1].

Оскільки торгівля найбільш оперативно реагує на будь-які зміни в економічній і політичній ситуації в країні, тому робить значний вплив на розвиток виробництва. Будучи галуззю економіки, найбільш наближеною до кінцевого споживача, вона стимулює або обмежує процес виробництва в частині об'єму й асортименту продукції, що випускається. В умовах зростання виробництва важливого значення набуває проблема збільшення запасів продукції. Через те, що фінансовий ринок в Україні фактично відсутній, торгівля може стати найбільш активним внутрішнім регулятором у середовищі виробництва.

Тому, розробляючи систему моделей фінансової діяльності торговельного підприємства, необхідно враховувати його характерні особливості, серед яких варто відзначити такі [4; 5]:

1) рівень доходів і асортимент товарів, що реалізуються, знаходяться в певній залежності від характеру попиту, особливостей соціально-економічного складу обслуговуваного населення;

2) в умовах нестабільності підприємства торгівлі незалежно від розміру достатньо автономні від зовнішніх збурень;

3) оскільки торговельні підприємства максимально наближені до кінцевих споживачів – населення, то у своїй діяльності вони в максимальному ступені схильні до дії позитивних і негативних чинників державної соціально-економічної політики;

4) крім безпосередньої реалізації товарів, торговельні підприємства для зміцнення ринкового положення вимушені надавати значні обсяги додаткових послуг;

5) виручка від реалізації товарів і, відповідно, прибуток торговельного підприємства залежать від сезонних коливань.

Крім цього, в умовах нестабільності важливе значення має аналіз юридичного аспекту функціонування торговельного підприємства, що зумовлено високим рівнем нестабільності в економіці. Саме тому правильне юридичне забезпечення підприємницької діяльності дозволяє організувати й упорядкувати відносини між окремими суб'єктами торговельного підприємства, що сприяє більш ефективному об'єднанню капіталів, обмежує майновий ризик учасників торговельного підприємства.

З господарської точки зору торговельне підприємство, яке характеризується єдністю матеріально-речової, торговельно-технологічної й організаційно-економічної структур, має чітко виражене цільове призначення [6].

Торговельно-технологічна структура визначається переліком товарів, які групуються для реалізації, методів їх продажу, однорідністю розміщення і функціонального взаємозв'язку торговельних і технологічних операцій процесу.

Організаційно-економічна структура характеризується господарською відособленістю підприємства, наданням йому юридичних прав і відповідальності за свою діяльність, єдиною системою обліку та звітності, однотипною методикою аналізу й планування торговельної діяльності.

Тому особливого значення при аналізі функціонування торговельного підприємства набувають питання визначення його економічної суті, яка зумовлена певними функціями, що характерні для всіх господарюючих суб'єктів галузі.

Для торгівлі як соціально-економічної системи характерна низка функцій.

Так, однією з функцій торгівлі є реалізація виробленої споживчої вартості. При цьому масштаби, структура обміну за рахунок значних обсягів руху товарів, продукції, послуг, у тому числі іноземного походження, стають дедалі складнішими.

Оскільки в умовах соціалістичної економіки лише обмін товарів народного споживання вважався моментом відтворення, то відносини обміну, передусім, у сфері

обігу засобів виробництва штучно звужувалися. У нових умовах відносини обміну реалізуються в повнішому обсязі. Поряд зі споживчими товарами об'єктом обміну стають продукція, засоби виробництва, нерухомість, об'єкти інтелектуальної власності, цінні папери.

Це означає, що обмін пов'язує виробництво та споживання і тим самим замикає відтворювальний процес. Тому важливо, щоб товарно-грошовий обмін був мінімальним. А це залежить від товаропросування.

Не менш важливою функцією торгівлі є супровід товарів зі сфери виробництва до сфери споживання, сутність якої необхідно розглядати з позиції прискореного доведення товарів до сфери споживання з максимальним збереженням їх споживних властивостей. У такому ракурсі зазначена функція набуває особливої актуальності в умовах роздробленості й географічної розосередженості товаровиробників і споживачів. Проаналізувавши, можна відмітити, що придбання товарів та оплата послуг займають питому вагу в цій структурі, а саме – 72%. Друге місце займає приріст фінансових активів – 19%, доходи від власності та нагромадження фінансових активів – по 2% [1].

За підрахунками, у сфері обігу товари проходять у середньому 4–5 організаційних ланок. Це означає, що тривалість проходження товару до споживача є значною, якщо товар у виробництві перебуває 5–6 днів, у дорозі – до 10 днів, то в кінцевих ланках товарного обігу – 35–40 днів.

І, урешті-решт, важливою в нових умовах функцією торгівлі є функція активного впливу на виробництво й споживання. Ідеться про підпорядкування виробничих програм підприємств потребам і вимогам ринку, реалізації маркетингових стратегій товаровиробників, а також про активний вплив торгівлі на структуру споживання, організацію післяпродажного обслуговування.

У зв'язку із цим, можна очікувати прагнення товаровиробників заручитися гарантією з боку торгівлі відносно збуту продукції з тим, щоб знизити ризик і небезпеку банкрутства. Відповідно подорожчають послуги торгівлі, розшириться апарат товарного обігу, з'являться принципово нові функціональні організації в торговельній сфері.

Таким чином, функції торгівлі набуватимуть якісно нового змісту. Їх реалізація стане можливою при умові розробки систем обігу товарів і послуг, яка є характерною для ринкової економіки.

Отже, ядро системи торгівлі становлять організаційні елементи у вигляді підприємств торгівлі, організацій та їх об'єднань, товарно-матеріальні, трудові ресурси й грошові засоби, які тісно взаємопов'язані, а їхні дії підпорядковані виконанню соціально-економічних функцій торгівлі. Це і є перша ознака торгівлі як системи.

Крім указаних функцій, підприємства торгівлі виконують й інші функції, що пов'язані з доведенням товарів до кінцевого споживача, такі як: вивчення купівельного попиту на товари, реклама товарів і послуг, формування асортименту товарів, надання допомоги покупцям у виборі товарів, розміщення і викладення їх у торговому залі, надання додаткових сервісних послуг з доставки куплених товарів додому покупцеві, прийом замовлень на товари, відсутні в продажу, тощо.

Обсяг і характер виконуваних підприємством функцій залежать від його господарської самостійності, типу, розміру, технічної оснащеності, місця розташування та інших чинників.

Отже, торгівля як сфера національної економіки за своєю формою і змістом належить до складної соціально-економічної системи й відіграє важливу роль і функції.

Термін “економічна (соціально-економічна) система” – це “складна ймовірнісна динамічна система, що охоплює процеси виробництва, обміну, розподілу й споживання матеріальних та інших благ” [7]. Такі системи є кібернетичними. Підприємства, компа-

нії, будь-які виробничі, торговельні та інші фірми є економічними системами. Тому, на наш погляд, варто було б виділити такі характеристики економічної системи:

- ✓ унікальність і непередбачуваність поведінки системи в конкретних умовах;
- ✓ непередбачувана зміна окремих параметрів системи та стохастичність її поведінки;
- ✓ стійкість у протистоянні руйнівним тенденціям;
- ✓ здатність змінювати свою структуру й формувати варіанти поведінки;
- ✓ здатність формувати цілі всередині системи, тобто здатність адаптуватися до умов, що змінюються.

Друга ознака характеризує систему як сукупність елементів, що взаємозв'язані й перебувають у різносторонніх відносинах.

У торгівлі всі складові взаємодіють на базі розгалуженої системи зв'язків. Між суб'єктами торгівлі найбільш розповсюджені господарські зв'язки. Вони опосередковують рух і обмін величезної маси товарів. Інший вид зв'язків на низовому рівні – це технологічні зв'язки, які вважаються ще більш системоутворюючими, ніж господарські. Технологічні зв'язки повинні забезпечити єдність і безперервність торговельно-технологічних процесів.

Співробітництво та взаємодія між підсистемами підтримуються економічними, інтеграційними та коопераційними зв'язками.

Уся сукупність зв'язків виражає комплекс складних відносин, які виникають у торгівлі: економічні, соціальні, технологічні, організаційні, правові та ін. Відносини виникають з приводу виробництва, розподілу, споживання, обміну. Безперечно, у торгівлі переважають відносини з приводу обміну в товарно-грошовій формі. Саме вони визначають характер та інтегративні властивості торговельної системи.

Інтегративність є третьою ознакою системи. У торгівлі об'єднані різноякісні, але, у цілому, об'єкти однорідної діяльності. При цьому кожному окремому елементу не властиві якості, характерні для системи. Отже, торговельна система не зводиться до простої сукупності елементів. Сума властивостей окремих елементів не виражає суму властивостей системи.

Наступна ознака – еволюційний характер розвитку. Торгівля як система розвивається за законами еволюції, де поєднуються детермінізм і стохастичність, нестабільність і рівновага, циклічність і хаос. Така еволюція зумовлює властивості синергічності й сприяє самоорганізації системи.

І остання ознака, притаманна торговельній системі, – цілісність. У сфері торгівлі впорядковані об'єкти, підсистеми, що взаємодіють як одне ціле, оскільки вони взаємозалежні, взаємозв'язані й функціонують заради єдиної кінцевої мети – забезпечення процесу товарно-грошового обміну й отримання прибутку.

Синергетика допомагає виявити ті місця в структурі зв'язків, де через відповідний незначний вплив можна достати суттєвий позитивний ефект, тобто конкурентну перевагу в будь-якій ланці системи.

За своєю природою синергічний ефект є організаційним ефектом, тому завдання полягає в тому, щоб знайти набір елементів і так з'єднати їх між собою, використовуючи прогресивні форми організації, аби синергія забезпечувала якісне й кількісне збільшення як потенціалу, так і результатів функціонування системи та складових частин.

Якщо виходити з критерію прибутку, що є однією з головних цілей торгівлі, то можна виділити такі види синергізму:

- ✓ комерційний – визначає, наприклад, кумулятивний синергічний ефект при створенні оптово-роздрібних об'єднань із загальними службами організації комерційної діяльності, маркетингу, реклами, логістики тощо;

- ✓ операційний синергізм є результатом закупівель великих партій товарів, раціонального використання торговельних площ, нових методів продажу;
- ✓ інвестиційний синергізм – як наслідок сумісного використання площ, потужностей, торговельних машин і обладнання, приміщень;
- ✓ управлінський синергізм (за критерієм прибутку) виявляється в прихованій формі, унаслідок використання ефективних стратегій, управлінських схем та ін.

Отже, синергія може виражатись у формі збільшення прибутку, скорочення витрат, економії грошових засобів, часу, зростання продуктивності праці.

Природним і закономірним методом дослідження економічних систем служить системний підхід, який дозволяє вивчити окремі економічні об'єкти як структурні частини складних систем, проводити аналіз економічних об'єктів на основі цих взаємозв'язків між елементами, виявлення ролі кожного з них у загальному процесі функціонування складної економічної системи і, навпаки, дії системи в цілому на окремі її елементи [3].

У процесі управління керівникові доводиться зустрічатися зі складними системами, що складаються з підсистем, які мають свої функції і призначення. Ефективність системного підходу полягає в тому, що він об'єднує в процесі управління окремі елементи в єдину систему, якою і є підприємство, а також дозволяє керуватися при ухваленні управлінських рішень складними взаємозв'язками, що існують усередині підприємства, і його різносторонніми взаєминами з навколишнім середовищем. Керуване підприємство як єдиний організм дає можливість спрогнозувати наслідки будь-якого втручання.

Звичайно, торговельному підприємству потрібно визначити характер продукції, стимулювати, направляти, навчати персонал, проводити маркетингову стратегію компанії, забезпечувати ефективно виробництво або вигідну закупівлю високоякісних товарів, надання послуг. Проте лише прибуткові підприємства мають у своєму розпорядженні необхідні засоби для заохочення своїх службовців, для інвестування в розвиток свого бізнесу, для створення або використання передових технологій, а також надають можливість зробити кар'єру.

Торговельне підприємство відноситься до складних соціально-економічних систем, оскільки є організаційно-цілісною сукупністю взаємодіючих структур, які підпорядковані загальним економічним законам, а саме: ціні, попиту й пропозиції, асортименту, якості обслуговування тощо, об'єднаним для досягнення конкретної мети. Кожний з елементів системи має певний вплив на функціонування системи в цілому, кожним з елементів можна управляти, тобто змінювати його так, щоб ефективність усієї системи підвищувалася. Крім цього, управління окремими елементами системи повинне бути комплексним, тобто не можна добиватися максимальної віддачі від одного з елементів, вириваючи його з ланцюга взаємозв'язків з іншими. Отже, управління торговельним підприємством як системою повинно включати оптимізацію функціонування окремих елементів з метою ефективного розвитку системи в цілому.

Підприємства торгівлі є відкритою системою, яка постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем через механізми державного регулювання і ринкової конкуренції, фінансово-кредитну систему, споживання ресурсів, взаємини з покупцями, місцевими органами влади тощо. Отже, економічна система (підприємство) повинна вміти реагувати на всі зміни, швидко адаптуватися до всіх її коливань.

Торговельне підприємство володіє низкою властивостей, які необхідно враховувати в процесі аналізу торговельної діяльності [5]:

1. Торговельне підприємство – це впорядкована система, усі складові елементи якої функціонують не хаотично, а в певному порядку.

2. Торговельне підприємство – це система, що самостабілізується, тобто підприємство постійно прагне знайти для збереження свого стійкого стану динамічний баланс між внутрішніми можливостями й зовнішніми чинниками навколишнього середовища, що впливають на торговий процес.

3. Торговельне підприємство – це самоорганізуюча система, яка припускає здатність долати внутрішні суперечності й обмеження, досягати нові, стійкіші стани.

4. Торговельне підприємство – це динамічна система, яка постійно розвивається, що виявляється в постійному пошуку балансу між стабільністю і мінливістю.

У процесі своєї господарської діяльності торговельне підприємство знаходиться під впливом багатьох чинників зовнішнього середовища.

Важливе значення для торговельного підприємства має аналіз стану чинників внутрішнього середовища. Як основні чинники внутрішнього середовища торговельного підприємства можна розглядати такі: забезпечення торгово-технологічного процесу, формування торговельно-технологічної політики, забезпечення захисту підприємства від зовнішніх і внутрішніх недоброзичливців, рівень упровадження сучасних інформаційних технологій, розробка збалансованої соціальної політики для працівників підприємства, детальна організація бухгалтерського обліку, що забезпечує впровадження управлінського обліку, формування ефективної кадрової політики, розробка маркетингової політики, зокрема, у сфері стимулювання продажів, формування фінансової політики, детальна розробка заходів, спрямованих на здійснення інноваційної політики й інвестиційної політики, упровадження стратегічного планування. Кожний з вищеперерахованих чинників робить вплив на ринкове становище торговельного підприємства і є напрямом удосконалення управління ним.

Нині найменш розв'язаною є проблема формування фінансової, інноваційної й інвестиційної політик, упровадження стратегічного планування.

При цьому будь-які заходи, які спрямовані на вдосконалення управління підприємством торгівлі, зрештою, виливаються в певний набір господарських операцій, що виражається в грошовій формі. Отже, правильна й раціональна організація фінансів підприємства є одним з найважливіших чинників поліпшення його господарської діяльності. У сьогоднішніх умовах функціонування торговельного підприємства в Україні дуже важливого значення набуває прозорість господарської діяльності підприємства, підвищення її ефективності, висока адаптивність до нестабільних умов ринку.

Тому процес моделювання фінансової діяльності торговельного підприємства краще всього відобразити у вигляді набору взаємозв'язаних послідовних процедур, що включають такі елементи: аналіз фінансово-економічного стану підприємства; розробку процедури управління оборотними коштами; розробку процедури управління витратами, кредиторською і дебіторською заборгованістю, включаючи вибір амортизаційної політики; побудову прогнозного балансу й прогнозного звіту про фінансові результати.

Значну роль у системі ефективного управління фінансами відіграє кожна з перерахованих процедур моделювання фінансової діяльності торговельного підприємства.

Аналіз фінансово-економічного стану торговельного підприємства є тією базою, на якій здійснюється фінансова діяльність підприємства, і який опирається на показники квартальної і річної бухгалтерської звітності. На основі даних підсумкового аналізу фінансово-економічного стану здійснюється формування всіх напрямів фінансової діяльності торговельного підприємства. Залежно від того, наскільки якісно він проведений, залежить ефективність ухвалених управлінських рішень. Якість фінансового аналізу залежить від використаної методики, від достовірності даних бухгалтерської звітності, а також від компетентності особи, що ухвалює управлінське рішення.

Основна проблема управління фінансами: балансування між рентабельністю і вірогідністю неплатоспроможності найяскравіше виявляється при управлінні оборотним капіталом. Оборотний капітал є однією з основ забезпечення господарської діяльності торговельного підприємства і тому від ефективності управління оборотним капіталом залежить решта всіх елементів системи моделей фінансовою політикою торговельного підприємства. Зрештою, саме ефективність управління оборотним капіталом визначає прибутковість або збитковість торговельного підприємства.

З метою управління витратами зазвичай використовуються дані, які дають першине уявлення про рівень витрат підприємства, а також рівень рентабельності. При розробці облікової політики підприємства краще за все вибирати такі методи калькуляції собівартості, які забезпечують найбільш наочне уявлення про структуру витрат виробництва, рівень постійних і змінних витрат, комерційних витрат.

При управлінні витратами торговельного підприємства важливий правильний вибір амортизаційної політики. Для оподаткування застосовується тільки лінійний спосіб, хоча для бухгалтерського обліку існує можливість вибору різноманітних способів нарахування амортизації. Саме тому при моделюванні управління витратами торговельного підприємства необхідно оцінити ефективність декількох варіантів нарахування амортизації.

Важливим етапом моделювання фінансової діяльності підприємства є побудова прогнозного балансу й прогнозного звіту про фінансові результати, на основі яких можливий оперативний контроль фінансового стану підприємства.

Цей етап є завершальним і, завершивши його, можна оцінити ефективність запропонованої системи моделей.

Висновок. При побудові системи моделей фінансової діяльності торговельного підприємства слід урахувати й використовувати раніше розроблені методи, способи та прийоми, що позитивно зарекомендували себе, з метою додання їм системності й актуальності в сучасних економічних умовах.

Теоретично підвищити прибуток підприємства дуже просто: потрібно підвищити об'єм продажу й знизити витрати. Основною проблемою при цьому є неможливість застосовувати чужий досвід без адаптації до особливостей власного бізнесу. Частина дійсно важливих моментів утрачає сенс при застосуванні їх поза цілісною системою заходів.

1. Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
2. Синиця С. М. Особливості функціонування торгових фірм в умовах ринкової економіки / С. М. Синиця // Держава та ринок: стратегія внутрішнього розвитку промислових регіонів : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. 9–11 червня 2006 р. – Маріуполь : Вид-во ПДТУ, 2006. – С. 224–226.
3. Бур'ян С. М. Теоретичні основи системного моделювання фінансової політики торгового підприємства / С. М. Бур'ян // Актуальні проблеми сучасних наук : теорія і практика. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. – Т. 2 : Економічні науки. – С. 13–16.
4. Бланк И. А. Управление торговым предприятием / И. А. Бланк. – М. : Изд-во “ЭКМОС”, 1998. – 416 с.
5. Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учебное пособие / [под общей ред. А. Н. Соломатина]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 295 с.
6. Торговое дело : экономика, маркетинг, организация : учебник / [под ред. Л. А. Брагина, Т. П. Данько]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 560 с.
7. Экономико-математические методы и прикладные модели / [под ред. В. В. Федосеева]. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 391 с.

Рецензенти:

Романюк М.Д. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Прикарпатського національного університету ім. В.Стефаника;

Кропельницька С.О. – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету ім. В.Стефаника.