

5. **Бутинець Ф.Ф.** Альфа і омега бухгалтерського обліку або моя болісна несповідь / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «РУТА», 2007. – 328 с.
6. **Голов С.Ф.** Креативний облік – загроза професії та суспільству / С.Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 1. – С. 32-41.
7. **Гнилицкая Л.В.** Манипулирование учетными данными – угроза экономической безопасности предприятия / Л.В. Гнилицкая // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 3 (15). – С. 5-14.
8. Всесвітній огляд економічних злочинів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pwc.com/ua/uk/press-room/assets/GECS_Ukraine_ua.pdf.
9. **Осадча О.О.** Основні аспекти формування та відображення інформації щодо фінансових результатів у сучасних облікових концепціях / О.О. Осадча // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка». – 2013. – Випуск 1(61). – С. 152-161.
10. **Брюханов М. Ю.** Искажения в финансовой отчетности: как выявить мошенничество / М. Ю. Брюханов // Финансовый директор. – 2006. – № 6. – С. 44-54.

Стаття надійшла: 11.03.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.

УДК 005.339.17
L19, L29, L81

РОЗБУДОВА НАПРЯМІВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Пруднікова Г.І.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Анотація. Предмет роботи. Предметом дослідження є організаційно-економічний зміст напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства.

Мета роботи. Метою дослідження є розбудова організаційно-економічного змісту напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства та виокремлення критеріїв обрання оптимального з них.

Методика проведення роботи. У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення й порівняння, аналізу й синтезу (для дослідження напрямів диверсифікації діяльності та критеріїв обрання оптимального з них), структурно-функціональний метод, методи індукції та дедукції (при обґрунтуванні способів реалізації кожного з напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства).

Результати роботи. В результаті дослідження розбудовано організаційно-економічний зміст напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства та виокремлено критерії обрання оптимального з них.

Сфера застосування результатів. Результати роботи можуть бути використані керівництвом торговельних підприємств для обґрунтування оптимального напрямку здійснення диверсифікації діяльності.

Висновки. В результаті проведеного наукового дослідження розбудовано організаційно-економічний зміст напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства у вигляді запропонованих альтернативних способів їх реалізації, кожен з яких передбачає досягнення торговельним підприємством конкурентних переваг у певній сфері. Для кожного із встановлених способів диверсифікації діяльності визначені властиві їм характеристики, які у відповідності із встановленими критеріями виступають основою для прийняття ефективного господарського рішення стосовно проведення диверсифікації діяльності за найбільш оптимальним для торговельного підприємства напрямом.

Ключові слова: напрями диверсифікації діяльності торговельного підприємства, організаційно-економічний зміст, способи диверсифікації діяльності торговельного підприємства, характерні ознаки, критерії обрання оптимального напрямку диверсифікації діяльності.

Постановка проблеми. Сучасна ринкова економіка формує нові економічні, соціальні й науково-технічні умови функціонування та розвитку торговельних підприємств. За таких умов конкурентний успіх починає залежати від розробки та реалізації нових видів продукції, розширення ринкової присутності й економічно-обґрунтованого визначення напрямів інвестування коштів у різноманітні бізнес-активи. Тобто, диверсифікація діяльності стає джерелом зниження ризиків конкурентного середовища та забезпечення збалансованого розвитку торговельних підприємств. Однак, головна складність її проведення полягає у визначенні напрямів її здійснення та прийняття господарського рішення щодо впровадження оптимального з них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми обґрунтування напрямів диверсифікації діяльності господарюючими суб'єктами присвячено наукові праці таких вчених-економістів як А.А. Томпсон та А.Дж. Стрікланд [1], Л.Є. Довгань [2], А.Т. Зуб [3], Н.В. Куденко [4], В.Д. Маркова [5], А.Н.

Петров [6], М.Г. Сасенко [7] та ін. Віддаючи належне значущості та ґрунтовності наукових здобутків зазначених науковців, варто відзначити, що результатом проведених досліджень є обґрунтування напрямів диверсифікації діяльності на рівні розкриття їх сутності без визначення їх організаційно-економічного змісту. Стосовно підприємств торговельної галузі зазначена проблема підсилюється ще більше через відсутність будь-яких змістовних наукових розробок в зазначеній галузі.

Невирішені складові загальної проблеми. Недостатність наукової розбудови напрямів диверсифікації діяльності ускладнює процес визначення найбільш оптимального з них торговельного підприємства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розбудова організаційно-економічного змісту напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства та виокремлення критеріїв обрання оптимального з них.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах господарювання одним із ефективних способів досягнення економічної стійкості торговельного підприємства є товарна диверсифікація діяльності. Особливість її здійснення полягає в тому, що згідно базового принципу відмінності товарів, товарна диверсифікація може здійснюватися торговельним підприємством трьома способами: номенклатурним, груповим і асортиментним. Перший з них, номенклатурний, пов'язаний із різноманітністю видів діяльності торговельного підприємства та являє собою сукупний обсяг товарів (послуг), реалізованих або вироблених в межах кожного з них. Під час диверсифікації діяльності за цим напрямом сукупна номенклатура розширюється за рахунок нової номенклатури товарів, яка є виходом іншого, відмінного виду діяльності торговельного підприємства. Групова товарна диверсифікація здійснюється в межах товарної номенклатури певного виду діяльності торговельного підприємства й передбачає її доповнення новою групою товарів. При цьому критерієм її новизни виступатиме відмінна технологія виготовлення і реалізації продуктів. За асортиментного напрямку товарної диверсифікації група товарів, що є складовою товарної номенклатури певного виду діяльності торговельного підприємства, доповнюється новим видом товару, який, як правило, є подібним до вже наявних з точки зору схожості вимог транспортування, зберігання, маркетингових методів просування на ринок або умов післяпродажного обслуговування, але все ж таки відрізняється від них, бо призначений для задоволення іншої конкретної потреби, що відповідає принципу індивідуального підходу до обслуговування споживачів. Отже, ефективна товарна диверсифікація визначає ринкові можливості сучасного торговельного підприємства. Здійснення її є не лише джерелом конкурентних переваг в товарній сфері, але й потенціалом збільшення кількості цільових сегментів ринку суб'єкта господарювання.

Коли рішення про товарну диверсифікацію прийнято, виникає доцільність виявлення та оцінювання потенційних сегментів ринку, які можуть бути завойовані за рахунок диверсифікованого асортименту товарів. При цьому вихід на новий цільовий сегмент ринку означає початок реалізації на ньому товарів торговельного підприємства. А враховуючи те, що товарний асортимент може бути широко диверсифікованим, то необхідним є визначення того, які саме товари можуть задовольнити потреби одного або декількох нових ринкових сегментів. Відповідно до цього було розроблено п'ять альтернативних способів здійснення диверсифікації цільових сегментів ринку торговельного підприємства, які відображено на рисунку 1.

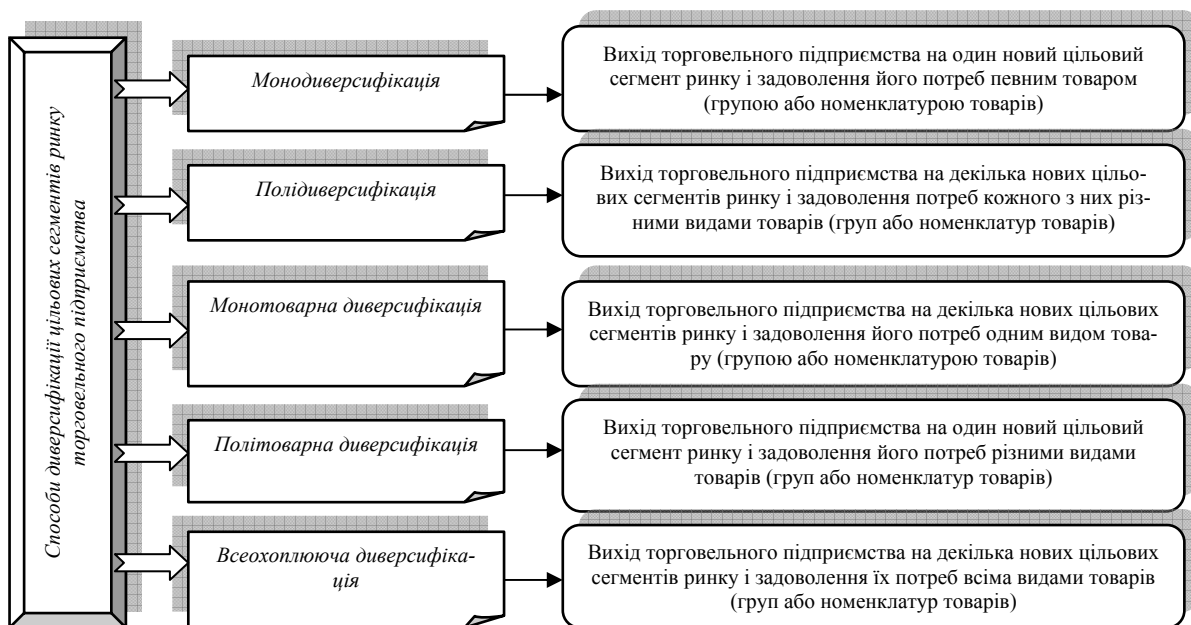


Рисунок 1 - Способи диверсифікації цільових сегментів ринку торговельного підприємства

Третім напрямом диверсифікації діяльності є диверсифікація видів діяльності торговельного підприємства. Сутність його полягає в тому, що внаслідок появи нового виду діяльності, бізнес-портфель торговельного підприємства поповнюється новою стратегічною бізнес-одиноцею, що означає початок функціонування торговельного підприємства в новій для нього сфері діяльності. Проведений аналіз економічної літератури [1-10] засвідчив наявність двох альтернативних способів реалізації цього напрямку диверсифікації діяльності - зв'язаний та незв'язаний. Стосовно підприємств торговельної галузі сутність їх полягає в наступному. Зв'язана диверсифікація видів діяльності передбачає заснування такого виду діяльності, який має певну стратегічну відповідність наявним видам діяльності, наприклад, спільність придбання, транспортування та складування товарів, спільність використання складських приміщень, спільність методів та технологій продажу, спільність управлінських функцій, спільність потреб, що задовольняються тощо. Незв'язана диверсифікація видів діяльності торговельного підприємства полягає у започаткуванні абсолютно нового, жодним чином не пов'язаного з існуючими виду діяльності. З метою полегшення процесу обрання пропонується систематизована характеристика ознак зв'язаної та незв'язаної диверсифікації видів діяльності торговельного підприємства, яка відображена в таблиці 1. На практиці кожне торговельне підприємство в залежності від рівня ресурсної забезпеченості, наявності або ж відсутності стратегічних та ключової компетенцій, рівня динамічних здібностей може ігнорувати певну ознаку або ж взяти за основу одну чи декілька з них та зробити на їх основі найбільш оптимальний для себе вибір.

Дослідження наукової літератури [1-10] засвідчило, що саме високий рівень доходності та можливість довгострокового отримання значних прибутків на вкладений капітал грають вирішальну роль у позитивному рішенні щодо певного напрямку диверсифікації діяльності. Природно, що створення та розвиток нових видів діяльності потребує значних капіталовкладень. Однак обсяг інвестиційних коштів не повинен підривати фінансове становище, інакше у суб'єкта господарювання звується потенціал розвитку і, відповідно, скорочується прибутковість інвестицій. Таким чином, варто зауважити, що будь який напрям диверсифікації діяльності має бути прийнятним для торговельного підприємства перш за все з фінансової точки зору.

Таблиця 1 – Систематизація ознак способів диверсифікації видів діяльності торговельного підприємства

Характерна ознака	Зв'язана диверсифікація видів діяльності	Незв'язана диверсифікація видів діяльності
Темп повернення інвестицій	Швидкий	Повільний
Відповідна зона ризику	Припустима	Катастрофічна
Характер необхідних стратегічних змін	Репродуктивні	Трансформаційні
Перевага в цілях, що досягаються	Тактичні	Стратегічні
Синергетичний ефект	Присутній	Відсутній
Тип організаційної структури	Органічна	Ієрархічна
Рівень децентралізації управлінських процесів	Помірний	Значний
Вплив на ринкову вартість торговельного підприємства	Значний	Дуже великий
Обсяг необхідного інвестиційного капіталу	Значний	Дуже великий
Зниження залежності від контрагентів	Помірне	Значне
Спроможність наслідування конкурентами	Висока	Низька
Характер впливу на динамічні здібності торговельного підприємства	Позитивний	Негативний
Доцільність застосування аутсорсингу бізнес-процесів	Помірна	Значна
Можливість продукування нових бізнес-знань	Помірна	Значна
Переважна концентрація зусиль та ресурсів	На конкурентній боротьбі	На збільшенні підприємства
Центральна проблема	Виявлення та оцінка синергетичного ефекту	Розподіл ресурсів між видами діяльності

Не менш важливим аспектом при виборі напрямку диверсифікації діяльності торговельного підприємства є виявлення потенційних ризиків її впровадження. Необхідність аналізу ризиків диверсифікації діяльності підтверджується в працях вчених, що займаються цією проблемою [8-10]. На практиці ризики диверсифікації діяльності можуть бути настільки великими, що здатні змусити торговельне підприємство відмовитися від здійснення певних операцій, що вимагають великих початкових інвестицій і часу. У той же час наявність фактору ризику є потужним стимулом для ретельного обґрунтування господарських рішень стосовно диверсифікації діяльності, спрямованих на здійснення режиму економії, змушує його ретельно аналізувати рентабельність проектів диверсифікації діяльності, розробляти кошториси, наймати відповідний персонал тощо.

Наукова новизна. В результаті проведеного наукового дослідження розбудовано організаційно-економічний зміст напрямів диверсифікації діяльності торговельного підприємства у вигляді запропонованих альтернативних способів їх реалізації, кожен з яких передбачає досягнення торговельним підприємством конкурентних переваг у певній сфері. Для кожного із встановлених способів диверсифікації діяльності визначені властиві їм характеристики, які у відповідності із встановленими критеріями виступають основою для прийняття ефективного господарського рішення стосовно проведення диверсифікації діяльності за найбільш оптимальним для торговельного підприємства напрямом.

Перелік посилань

1. **Томпсон А.А.** *Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. Л.Г. Зайцевой, М.И. Соколовой.* – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
2. **Довгань Л.Є.** *Стратегічне управління: навч. посіб. 2-ге вид. / Л.Є. Довгань, Л.П. Артеменко, Ю.В. Каракай.* – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
3. **Зуб А.Т.** *Стратегический менеджмент: [учебник] / Анатолий Тимофеевич Зуб.* – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
4. **Куденко Н. В.** *Стратегічний маркетинг: [навальний посібник] / Наталія Володимирівна Куденко.* – К.: КНЕУ, 2006. – 152 с. – (Вид. 2-ге, без змін).
5. **Маркова В. Д.** *Стратегический менеджмент: курс лекцій / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова.* – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. – 288 с.
6. **Петров А. Н.** *Стратегический менеджмен : [учебник для вузов]/ Александр Николаевич Петров.* – Санкт-Петербург: СПб, 2007. – 496 с.
7. **Саєнко М.Г.** *Стратегія підприємства: [підручник] / Михайло Григорович Саєнко.* – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 390 с.
8. **Донець Л.І.** *Ризики диверсифікації господарської діяльності підприємства / Л.І. Донець, Г.І. Пруднікова // Збірник наукових праць «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва». – 2012. – № 1. – С. 25 – 32.*
9. **Фатхутдинов Р.А.** *Стратегический менеджмент: [ученик] / Раис Ахметович Фатхутдинов.* – М.: Дело, 2005. – 448с. – (7-е изд., испр. и доп.).
10. **Шериньова З.Є.** *Стратегічне управління: навч. посіб. / З.Є. Шериньова, С.В. Оборська.* – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

Стаття надійшла: 13.03.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.

УДК 338.51:656.342
В40, В41, В49, D49, L 11

ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ РІВНЯ ЦІН НА ПОСЛУГИ МЕТРОПОЛІТЕНУ

Приймук О. Р., канд. екон. наук, доцент

Державний економіко-технологічний університет транспорту, м. Київ

Анотація. Політика ціноутворення є частиною економічної політики держави і в ринкових умовах має особливе значення. Вплив держави на процеси ціноутворення є одним з важливих і систематично застосовуваних методів економічної політики розвинених країн. Одною із найважливіших напрямків ціноутворення на міському пасажирському транспорті є забезпечення соціальних гарантій для малозабезпечених громадян, включаючи систему компенсаційних виплат. На сучасному етапі метрополітен зіткнувся з проблемами не доотримання дотацій з перевезення пасажирів. В статті автор узагальнює роль держави у формуванні тарифів на послуги метрополітену щодо забезпечення доступності транспортних послуг та створення умов для здійснення сталих і безпечних пасажироперевезень. Розглядається динаміка зміни тарифу на перевезення одного пасажирів у великих метрополітенах світу в порівнянні з вітчизняними. Стрімке зростання тарифів на послуги метрополітенів країн СНД відбувається у зв'язку зниження покупної спроможності національної валюти за даний період часу. Пасажирські перевезення в місті збиткові, тому держава або місцеві влади дотують ці перевезення. В Україні існує висока бюджетна залежність метрополітена, а також відсутність повної компенсації витрат за послуги. Це пояснюється тим, що формування витратної частини міського бюджету здійснюється в умовах обмеженості фінансових можливостей його доходної частини, а також необхідність дотримання вимог щодо забезпечення в повному обсязі засобами захищених статей видатків, пов'язаних з виплатою заробітної плати та забезпеченням життєдіяльності бюджетних установ. Не доотримання бюджетних коштів щодо компенсації збитків від перевезення пасажирів примушує керівництво метрополітену переглянути розмір тарифу, щоб підвищити безпеку перевезення пасажирів, продовжувати будівництво нових станцій та ліній, поновлювати рухомий склад, впрова-