

Навчальний
посібник

ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ торговельних підприємств

ПРАКТИКУМ



Кропивницький – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Економіка та організація
торговельних підприємств:
ПРАКТИКУМ**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Видання друге,
перероблене та доповнене

Кропивницький
2024

УДК 339.18
Е 87

Автори:

д.е.н., проф. Семикіна М.В., к.е.н., доц. Запирченко Л.Д.,
Матієнко С.С., к.е.н., доц. Бугаєва М.В., к.е.н. Нісфоян С.С.,
к.е.н., доц. Мельнік М.А., к.е.н. Семикіна А.В.

Рецензенти:

Петрова І.Л., д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету економіки та права «КРОК» (м. Київ),

Костишина Т.А., д.е.н., проф., завідувач кафедри управління управління персоналом, економіки праці та економічної теорії Полтавського університету економіки і торгівлі.

Е87 Економіка та організація торговельних підприємств: практикум.
Навч. посібник [М.В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, С.С. Матієнко та ін.] / за ред. д.е.н., проф. Семикіної М.В. – Вид. 2-ге, перероб. та доповн. – Кропивницький: ЦНТУ, 2024. – 240 с.

Навчальний посібник містить методичні рекомендації, тести, приклади розв'язання типових задач з основних тем курсу «Економіка та організація торговельних підприємств». Розкрито основні методичні підходи до аналізу та управління товарооборотом, товарними запасами, товарним забезпеченням, витратами, доходами, прибутком, економічними ризиками торговельного підприємства. Для студентів економічних спеціальностей, викладачів, а також менеджерів та фахівців торговельних підприємств.

*Розглянуто та рекомендовано до друку Вченою радою
Центральноукраїнського національного технічного університету,
протокол №8 від 29.04.2024 р.*

Розповсюдження і тиражування без дозволу авторів заборонено

УДК 339.18
© Семикіна М.В., Запирченко Л.Д., Матієнко С.С. та ін., 2024
© ЦНТУ, 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Основні засади функціонування торговельних підприємств в умовах ринку..	6
Тестові завдання для самоконтролю	20
2. Економічні основи управління товарооборотом, товарними запасами і товарним забезпеченням торговельного підприємства	23
Приклади розв'язання задач.....	45
Завдання для закріплення знань.....	56
3. Основні засоби торговельних підприємств	60
Приклади розв'язання задач.....	67
Завдання для закріплення знань.....	70
4. Кадрова політика, персонал, продуктивність та оплата праці	72
Приклади розв'язання задач.....	86
Завдання для закріплення знань.....	90
5. Витрати торговельного підприємства	93
Приклади розв'язання задач.....	104
Завдання для закріплення знань.....	109
6. Фінансово-економічні результати діяльності торговельного підприємства.	110
Приклади розв'язання задач.....	122
Завдання для закріплення знань.....	128
7. Фінансово-майновий стан торговельного підприємства та методи його оцінки	132
Приклади розв'язання задач.....	149
Завдання для закріплення знань.....	154
8. Економічні ризики та методи управління ними.....	158
Приклади розв'язання задач.....	172
Завдання для закріплення знань.....	177
9. Завдання для самостійного розв'язання.....	178
10. Тестові завдання для самоконтролю знань.....	191
11. Глумачний словник.....	212
12. Англomовний довідник термінів у торговельній діяльності.....	227
13. Довідник типових формул для розрахунків	233
Рекомендована література	235

ВСТУП

Торгівля належить до особливих галузей економіки, де віддзеркалюються всі прогресивні зміни, суперечності й проблеми економіки держави, грошового обігу, нагальні питання забезпечення актуальних потреб населення у товарах. Ринкові умови господарювання зумовлюють потребу поглибленого вивчення діяльності торговельних підприємств на тлі конкуренції, коливань попиту на товари та послуги, швидких темпів цифровізації економіки.

Діяльність торговельних підприємств забезпечує робочими місцями п'яту частину економічно активного населення України. Торговельна сфера залучає у товарно-грошові відносини понад 2/3 доходів населення, формує біля 15% внутрішнього валового продукту країни, впливаючи на темпи економічного зростання держави, підвищення добробуту українців.

Ефективність діяльності сучасного торговельного підприємства залежить від множини чинників, зокрема, – від професіоналізму менеджерів, компетентностей персоналу. Вибір правильної поведінки на ринку, кваліфіковане планування та оцінка діяльності торговельного підприємства ускладнюються на тлі економічної нестабільності, мінливості законодавства, нових викликів та загроз. Побудова будь-якої стратегії приречена на невдачу без наявності сучасних професійних знань, вміння здійснювати аналітичні оцінки економічних явищ та процесів, виявляти невикористані резерви для зростання доходів, передбачати можливі ризики.

Світовий та вітчизняний досвід діяльності торговельних підприємств переконує у необхідності постійного моніторингу та аналізу результатів діяльності підприємства з метою визначення нових перспективних можливостей, методів адаптації підприємства до умов нестабільності та ризику, шляхів реагування на зміни у зовнішньому середовищі. Практика доводить, що сукупність економічних проблем, які виникають в процесі торговельної діяльності, мають кваліфіковано вирішувати фахівці, які мають сучасні знання, відповідну професійну підготовку, необхідний рівень кваліфікації, компетентності.

Реалії економічного життя переконують у необхідності присутності на підприємстві економіста-аналітика, від якого залежить розробка грамотної стратегії на ринку та доля існування підприємства в умовах конкурентної боротьби. Щоденно фахівці новостворених торговельних підприємств самостійно, виходячи з власного досвіду,

вимушені вирішувати безліч проблем організаційного, економічного та фінансового змісту. В разі нестачі економічних знань та досвіду роботи в умовах конкурентного середовища завдання забезпечення прибуткової діяльності підприємства стають досить складними.

Метою запропонованого навчального посібника є надання допомоги здобувачам вищої освіти у закріпленні теоретичних та практичних знань з навчальної дисципліни «Економіка та організація торговельних підприємств», опануванні основними методичними підходами до аналізу та управління результатами економічної діяльності торговельного підприємства, розробки пропозицій щодо підвищення його рентабельності, зміцнення фінансового стану та конкурентних позицій підприємства на ринку.

Користувачам практикуму надаються стислі рекомендації стосовно вивчення окремих тем навчальної дисципліни «Економіка та організація торговельних підприємств», наводяться приклади розв'язання типових задач щодо ресурсного забезпечення торговельних підприємств, управління товарооборотом, доходами, витратами, прибутком, економічними ризиками, пропонуються задачі для самостійного розв'язання та закріплення знань, тести для самоконтролю знань, тлумачний словник, англomовний довідник термінів у торговельній діяльності, довідник формул для економічних розрахунків, перелік рекомендованої літератури.

Викладений матеріал сприятиме формуванню компетентностей, яких потребує діяльність економіста у сфері торгівлі, серед них:

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- спроможність досліджувати тенденції розвитку підприємства за допомогою інструментарію мікроекономічного аналізу, виявляти навички креативного та критичного мислення, вміння аргументувати висновки, ідеї, спрямовані на досягнення комерційних цілей, поліпшення результатів фінансово-економічної діяльності;
- демонструвати навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- здатність до формування власної адаптивної та відповідальної поведінки у відповідь на ризики, виклики та загрози.

Посібник не претендує на охоплення усіх аспектів економіки та організації торговельних підприємств, проте його автори сподіваються, що він буде корисним для здобувачів вищої освіти, викладачів, економістів, менеджерів торговельних підприємств.

1. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКУ

У цивілізованому суспільстві, до якого рухається Україна, життя кожної людини невід’ємно пов’язано з отриманням різноманітних торговельних послуг. Незважаючи на кризові явища в економіці, торгівля залишається в нашій країні такою сферою економіки, яка є помітною серед інших галузей як за обсягами діяльності, так і за чисельністю зайнятого персоналу. Для 70% підприємств малого та середнього бізнесу торгово-посередницька діяльність стала важливим напрямком діяльності, тому для керівників багатьох підприємств та організацій є актуальним набуття аналітичних навичок та формування сучасного економічного мислення.

Для розуміння сутності торговельної діяльності в Україні, оптової торгівлі, роздрібною торгівлі та інших термінів, пов’язаних з діяльністю торговельного підприємства, пропонуємо звернутися до законодавства (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Окремі законодавчі документи, що регулюють торговельну діяльність

Законодавчий документ	Визначення
1	2
Господарський кодекс, ст. 263	Господарсько-торговельною є діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання в сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.
Господарський кодекс, ст. 62	Підприємство – це самостійний суб’єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб’єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому ГК України та іншими законами.
ДСТУ 4303:2004, п. 4	Роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг.
ДСТУ 4303:2004, п. 4	Оптова торгівля – це вид економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого їх продажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю, для виробничого споживання та надання пов’язаних із цим послуг.

Продовження таблиці 1.1.

1	2
<p>Постанова КМУ від 15 червня 2006 р. N 833 Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, п. 7</p>	<p>Торговельними об'єктами є: у сфері оптової торгівлі: • склад товарний (універсальний, спеціалізований, змішаний); • магазин-склад; у сфері роздрібною торгівлі: • магазин, який може бути: продовольчим, непродовольчим, змішаним (за товарною спеціалізацією), універсальним, спеціалізованим, вузькоспеціалізованим, комбінованим, неспеціалізованим (за товарним асортиментом), з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговуванням, торгівлею за зразками, торгівлею за замовленням (за методом продажу товарів); • павільйон; • кіоск, ятка; • палатка, намет; • лоток, рундук; • склад товарний; • крамниця-склад, магазин-склад.</p>
<p>Цивільний кодекс, ст. 698</p>	<p>Продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару (за договором роздрібною купівлі-продажу), зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його (договір роздрібною купівлі-продажу є публічним – п. 2 ст.698)</p>
<p>Цивільний кодекс, ст. 712</p>	<p>Продавець (постачальник), який здійснює підприємницьку діяльність (згідно з договором поставки), зобов'язується передати у встановлений строк товар у власність покупця для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а покупець зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму.</p>
<p>Цивільний кодекс, ст. 633</p>	<p>Публічним є договір, у якому одна сторона – підприємець бере на себе обов'язок здійснити продаж товарів, виконання робіт або надання послуг кожному, хто до нього звернеться (роздрібна торгівля, перевезення транспортом загального користування, послуги зв'язку, готельне, медичне, банківське обслуговування тощо).</p>

Продовження таблиці 1.1.

1	2
Господарський кодекс, ст. 265	<p>Сторонами договору поставки можуть бути тільки суб'єкти господарської діяльності, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> • господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані в установленому законом порядку; • громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Торгівля – вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування товарів від виробника до споживача у формі купівлі продажу та надавання пов'язаних із цим послуг.

Складність поставлених завдань викликає необхідність усебічного вивчення суті і змісту такого поняття як *торговельне підприємство*, яке в якості самостійного господарюючого суб'єкта стає основною ланкою ринкового механізму галузі.

Торговельне підприємство – самостійний суб'єкт господарювання з правами юридичної особи, який на основі використання майнового комплексу і специфічної організаційної структури здійснює систематичну торговельну (в якості основної) та іншу господарську діяльність у порядку, передбаченому Господарським кодексом України з метою задоволення потреб ринку та отримання прибутку.

Головною метою функціонування торговельних підприємств є забезпечення прибуткової діяльності на основі забезпечення попиту споживачів у товарах та послугах та високої якості обслуговування.

Досягнення цієї мети, з одного боку, припускає вдосконалення законодавчого, фінансового податкового середовища, в якому працюють торговельні підприємства, а з іншої – вимагає кардинального поліпшення роботи самих підприємств в нестабільних умовах ринкових відносин.

Максимальне використання ринкових і фінансових механізмів, при яких самостійність підприємств в здійсненні торгово-виробничого процесу відповідно до попиту споживачів є найбільшою, характерне, передусім, для галузей, підприємства яких задовольняють потреби населення в товарах і послугах (торгівлі, громадського харчування).

Суть цього виду діяльності складають товарно-грошові відносини і товарообмінні операції.

Діяльність торговельних підприємств має ряд характерних особливостей:

- асортимент товарів значною мірою залежить від характеру попиту і особливостей обслуговуваного контингенту, його професійного, національного, вікового складу, купівельної спроможності, умов праці і побуту;

- підприємства організаційно і торгово-технологічно досить автономні і самостійні в процесі реалізації товарів, і кожне має свої прибутки і витрати, які можна врахувати і зіставити;

- підприємства максимально наближені до споживачів і за розміром порівняно невеликі, що дозволяє швидко реагувати на зміни ринкової ситуації;

- попит на товари і послуги торгових підприємств з урахуванням профілю діяльності схильний до значних коливань у часі;

- разом з реалізацією товарів підприємства мають широкий спектр додаткових послуг з метою залучення покупців.

Торгове підприємство має чітко виражене цільове призначення і характеризується єдністю матеріально-речової, торгово-технологічної і організаційно-економічної структур.

Під *матеріально-речовою структурою* розуміється спільність матеріальних ресурсів, використання однотипних приміщень і однорідного торгово-технологічного устаткування.

Торгово-технологічна структура визначається:

- спільністю призначення товарів, що реалізуються, і методів їх продажу;

- єдністю операцій технологічного процесу і обслуговування;

- однорідністю розміщення і функціонального взаємозв'язку торгових, складських, виробничих і допоміжних приміщень.

Організаційно-економічна структура торговельного підприємства характеризується господарською відособленістю підприємства, його юридичними правами і відповідальністю за свою діяльність, єдиною системою обліку і звітності, однотипною методикою аналізу і планування торгової діяльності (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Складові організаційно-економічної структури торговельного підприємства

Економічна сутність діяльності торговельних підприємств зумовлена виконуваними функціями, характерними для усіх господарюючих суб'єктів галузі (рис. 1.2).

В процесі своєї діяльності торговельне підприємство виконує також інші функції, пов'язані з доведенням товарів до кінцевого споживача. До цих функцій, які часто називають додатковими, відносяться:

- вивчення купівельного попиту на товари;
- формування асортименту товарів;
- реклама товарів і послуг, надання допомоги покупцям у виборі товарів;
- розміщення і викладення їх в торговому залі;
- надання додаткових сервісних послуг з доставки куплених товарів додому покупцеві;
- прийом замовлень на товари, що відсутні у продажу тощо.



Рис. 1.2. Функції торгівлі

Обсяг і характер виконуваних підприємством функцій залежить від його господарської самостійності, типу, розміру, технічної оснащеності, місця розташування і інших чинників. Здійснюючи свої функції, торговельні підприємства забезпечують:

а) розвиток виробництва – шляхом організації комерційної роботи по укладанню договорів, контрактів, замовлень на виробництво і постачання товарів та інших видів робіт, тим самим стимулюючи процес виробництва в частині обсягу і асортименту продукції, що випускається;

б) грошовий розподіл – шляхом розвитку фінансово-кредитної системи, встановлення рівня і співвідношення цін на товари на основі підтримки балансу між попитом і пропозицією;

в) особисте споживання – за допомогою задоволення потреб населення шляхом застосування різних форм і методів торгового обслуговування, ефективної спрямованості рекламних, маркетингових заходів.

В процесі своєї діяльності торговельне підприємство виконує також інші функції, пов'язані з доведенням товарів до кінцевого

споживача. До цих функцій, які часто називають додатковими, відносяться:

- вивчення платоспроможного попиту на товари;
- формування асортименту товарів;
- реклама товарів і послуг, надання допомоги покупцям у виборі товарів;
- розміщення і викладення їх в торговому залі;
- надання додаткових сервісних послуг з доставки куплених товарів додому покупцеві;
- прийом замовлень на товари, що є відсутніми у продажу тощо.

Багатоукладна економіка створює умови для організації господарської діяльності фізичних та юридичних осіб різноманітних організаційно-правових форм, які можна поділити на прості і складні (рис. 1.3).

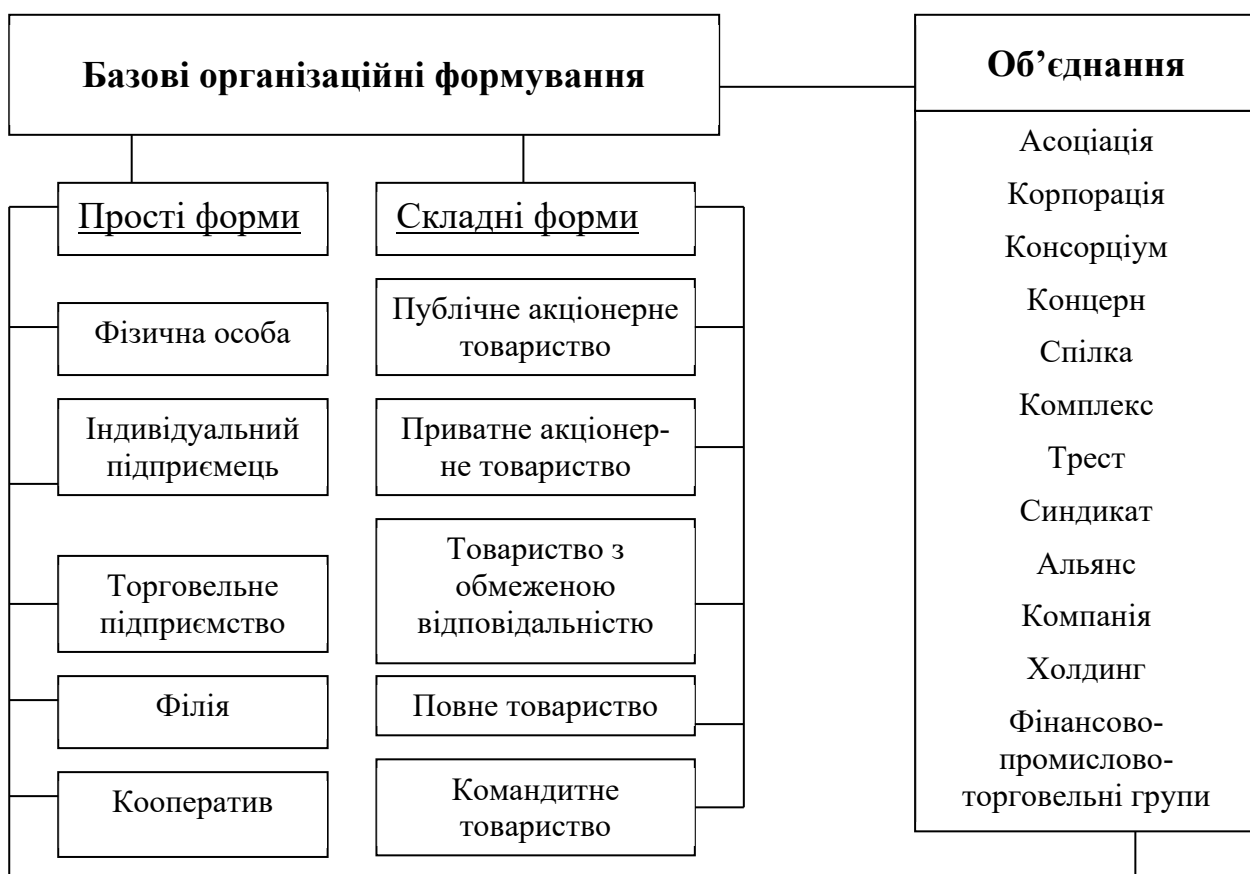


Рис. 1.3. Види організаційно-правових форм суб'єктів господарювання

Торговельні підприємства є досить різноманітними з точки зору виконуваних функцій, організаційно-правової форми, масштабів, профілю діяльності. Проте при усьому різноманітті торгових

підприємств вони можуть поділятися на впорядковані групи залежно від вибраних класифікаційних критеріїв.

Відповідно до Господарського кодексу України виділяють наступні види та організаційні форми торговельних підприємств (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Види та організаційні форми торговельних підприємств

Так, великі торговельні підприємства з економічної точки зору є найбільш сильними, оскільки мають значний фінансово-економічний та майновий потенціал, високий рівень конкурентоспроможності, відносно низькі витрати обігу. Вони мають розгалужену торговельну мережу та прямі контакти з виробниками продукції. Однак, не завжди є динамічними у підприємницькому середовищі, інертні у розвитку економічної стратегії, мають громіздкі управлінські структури тощо.

Середні торговельні підприємства діють, як правило, в межах вузького сегменту ринку і задовольняють специфічні запити по реалізації товарів певного асортименту. Мають суттєві особливості торгово-технологічного процесу, товари мають унікальні характеристики, сформоване коло постійних споживачів. Усе це

захищає їх від конкурентів, дозволяє підтримувати досить високі ціни і забезпечує фінансову стабільність. Підприємницька активність на таких підприємствах вища, ніж на великих, оскільки потрібний постійний пошук нових ідей, вдосконалення торгово-технологічного процесу. Проте, відсутня можливість швидко переключати діяльність на інші товари, немає широкого асортименту, існує залежність від певного постачальника і контингенту покупців, що склався, а також ризик втрати ноу-хау.

Малі торговельні підприємства краще пристосовані до задоволення тих потреб, які не можуть в повному обсязі забезпечити великі і середні підприємства. Для них характерні простота в організації руху товару і обліку, робота на місцевий ринок, висока гнучкість аж до повної зміни виду діяльності, профілю, асортименту товарів, економніше використання ресурсів, незначні управлінські витрати, прискорення оборотності товарних запасів, зацікавленість кожного працівника в кінцевих результатах праці та інші чинники конкурентоспроможності. Але саме такі підприємства в максимальній мірі не захищені від зовнішніх, незалежних від них чинників. Їм складніше отримати кредит, налагодити рекламу, більше вимагається засобів на вивчення ринку, отримання необхідної комерційної і науково-технічної інформації, складніше проводити незалежну цінову політику. Без допомоги держави такі підприємства не зможуть існувати і конкурувати з великими торговими фірмами, які вільно діють на ринку, встановлюючи контроль за цінами, якістю і асортиментом продукції, іноді не враховуючи інтереси споживачів.

Корпоративні формування мають можливість формувати фінансові ресурси за рахунок емісії акцій, облігацій. Відповідно, більш стабільною у них є стратегія розвитку, конкурентоспроможність. Водночас такі організаційно-правові форми є менш мобільними в динамічних ринкових ситуаціях. Кооперативні форми соціально орієнтовані, вони не ставлять за мету отримання прибутку, тому в системах їхня діяльність не буде збігатися з загальним вектором організації.

Відповідно до *галузевого аспекту* і залежно від виконуваних функцій виділяють підприємства роздрібної торгівлі, оптової торгівлі і підприємства громадського харчування. Кожна з цих торгових підсистем має специфічні ознаки класифікації (табл. 1.2).

Класифікація роздрібних торговельних підприємств

Ознака	Види
Товарна спеціалізація	<ul style="list-style-type: none"> – змішані, ведуть торгівлю як продовольчими, так і непродовольчими товарами; – спеціалізовані, асортимент яких складають товари однієї товарної групи (тканини, взуття, м'ясо і м'ясні продукти, молоко і молочні продукти тощо); – вузькоспеціалізовані, асортимент яких включає окремі товари певної товарної групи (сири, ковбаси, хліб, жіноче взуття тощо); – комбіновані, що торгують товарами декількох груп, споріднених по своєму споживчому призначенню (м'ясо-риба-овочі, трикотаж-галантерея тощо); – універсальні, що мають в розпорядженні максимально широкий асортимент товарних груп (універсами, універмаги, супермаркети, гіпермаркети).
Форми обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> – з індивідуальним обслуговуванням покупців; – із самообслуговуванням; – що реалізують товари за зразками, по каталогах, поштою тощо.
За видами і особливостями облаштування	магазини, магазини-склади, павільйони, намети, авто-магазини та інші.
За функціональними особливостями	стаціонарні, пересувні, сезонні, посилочні, комісійні.
За рівнем цін	<ul style="list-style-type: none"> – підприємства з досить низьким рівнем цін – орієнтуються на малозабезпечені верстви населення; – підприємства з середнім рівнем цін – обслуговують найрізноманітніші групи споживачів; – підприємства з найбільш високим рівнем цін на товари, що реалізуються, і відповідним рівнем обслуговування – для покупців з високим доходом.
За характером місцезнаходження	розташовані в місцях загальноміського значення, на транспортних магістралях, вокзалах, в центральному діловому районі, житловій зоні, районному торговому центрі, центрі мікрорайону, місцях відпочинку тощо.
Залежно від переважаючого контингенту обслуговуваних споживачів	підприємства для дітей, жінок, молоді, а також тематичні підприємства, що віддзеркалюють інтереси покупців («Будівельник», «Садівник» тощо).

Для сфери роздрібної торгівлі найбільш характерними є такі суб'єкти:

Магазин – це підприємство роздрібної торгівлі, яке реалізує товари і надає послуги, що призначаються для остаточного споживання.

Поняття магазин поширюється на більшість типів роздрібних підприємств – торговельні центри, універмаги, спеціалізовані підприємства, дрібнооптові підприємства. Магазин посідає провідне місце у сфері роздрібної торгівлі.

Магазин займає окрему споруду або приміщення. Для нього характерна наявність торговельного залу, підсобних і допоміжних приміщень.

За своїм правовим статусом магазин може бути юридичною або неюридичною особою. Організаційно-правова форма магазину не обмежується, але найбільш розповсюдженими є підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, філія і дочірнє підприємство.

Аптека – це стаціонарний пункт роздрібного продажу лікувальних засобів і товарів санітарії та гігієни, який займає окреме приміщення і має торговельний зал для покупців, а також інші приміщення функціонального призначення. Як і магазини, аптеки можуть мати різний правовий статус і правове становище [2].

Об'єкти дрібно-роздрібної торгівлі – павільйони, кіоски, ларьки, ятки – також мають помітне місце у функціональній структурі торгівлі.

У сфері оптової торгівлі типовими є такі суб'єкти:

Оптова база – майновий комплекс, технологічно оснащений для забезпечення комерційних, торговельно-оперативних та торгово-технологічних процесів. За призначенням бази поділяються на оптово-збутові, оптово-закупівельні, оптово-торговельні, вихідні, перевалочні тощо [2].

Найбільш характерна організаційно-правова форма оптової бази – акціонерне товариство або спільне підприємство (в системі споживчої кооперації).

Товарні склади, склади-холодильники дрібнооптових фірм – це спеціально пристосовані приміщення для зберігання товарних запасів і формування асортименту товарів. Ця мережа значною мірою не легалізована. По суті, вона відіграє провідну роль в оптово-складському і транзитному обігу. Організаційно-правовий статус дрібнооптових фірм різноманітний, але переважають товариства з обмеженою відповідальністю.

Оптові продовольчі ринки являють собою структуровані організаційно-правові форми, основною метою яких є реалізація оптових партій сільськогосподарської продукції і продуктів їх переробки. За товарним профілем оптові продовольчі ринки можуть

бути поділені на ринки худоби і м'яса та м'ясопродуктів; масла, жирів та молокопродуктів; овочів, плодів та продуктів їх переробки; зерна і хлібопродуктів; цукру і кондитерських виробів, технічних культур. За територіальною ознакою ринки діляться на: сільські, міські, районні і міжрегіональні. Організаційно-правовою формою ринку, як правило, є акціонерне товариство або господарське товариство.

Оптово-роздрібні підприємства займають окрему споруду, до якої входять торговельні, складські та допоміжні приміщення. Таке підприємство багатофункціональне, здійснює оптову і роздрібну торгівлю товарами легкої промисловості, канцелярськими товарами, меблями, будматеріалами. Характерним представником такого підприємства є магазин-склад з купівлі-продажу палива, будматеріалів, лісоматеріалів, габаритних товарів. В організаційно-правовому плані такі підприємства набувають форми господарського товариства або кооперативного підприємства.

Таблиця 1.3

Класифікація оптових торговельних підприємств

Ознака	Види
За масштабами діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – загальнонаціонального рівня – це найбільш великі підприємства, що здійснюють просування товарів від виробників до торгових підприємств по всій країні; – регіонального (внутрішньо регіонального) рівня, що здійснюють закупівлю товарів у великих оптових підприємств або у місцевих виробників і доводять їх до будь-яких оптових і роздрібних покупців регіону.
Відповідно до товарної спеціалізації	<ul style="list-style-type: none"> – спеціалізовані, що орієнтують свою діяльність на одну товарну групу або близькі до неї; – універсальні, такі, що забезпечують роздрібні торгові підприємства універсальним асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів.
За обсягом виконуваних функцій і формами розрахунків	<ul style="list-style-type: none"> – підприємства, що мають права власності на товар і здійснюють повний набір закупівельно-збутових операцій; – підприємства без набуття прав власності на товар, діючі тільки як посередники, що зводять продавців з покупцями (брокерські контори, торгові агенти тощо); – підприємства-організатори оптового товарообороту, які створюють умови для оптової торгівлі (товарні біржі, оптові продовольчі ринки, дрібнооптові магазини тощо).

Підприємства громадського харчування – їдальні, кафе, закусочні, бари, буфети, ресторани, фабрики-кухні. Усі вони займають окремі приміщення або споруди, які мають, як правило, зал, обладнаний столиками та стільцями, а також виробничі та підсобні приміщення.

Більшість підприємств громадського харчування є юридичними особами.

Таблиця 1.4

Класифікація підприємств громадського харчування

Ознака	Види
За торгово-виробничою ознакою	наявність у підприємства свого виробництва по випуску кулінарної продукції, готової до споживання, підприємства поділяються на заготівельні (цехи по виробництву напівфабрикатів, комбінати шкільного харчування), доготовочні (що мають свою кухню), роздавальні (їдальні без кухні) і змішані (фабрики-кухні).
По видах послуг	– підприємства, що виробляють і реалізують продукцію для безпосереднього споживання (мережа загальнодоступних підприємств, в основному швидкого обслуговування); – підприємства мають окрім виробництва і реалізації, умови для організації відпочинку відвідувачів (ресторани, бари, кафе).
За характером обслуговуваного контингенту	загальнодоступні (їдальні, кафе, ресторан тощо) і підприємства «закритого» типу (їдальні при промислових підприємствах, установах, навчальних закладах тощо).
За якістю послуг, що надаються і формах обслуговування	– ресторани, кафе, бари (люкс, вищого і першого класів), що забезпечують найбільш високий рівень обслуговування і надають широкий спектр послуг; – загальнодоступні підприємства, що задовольняють потреби широких верств населення в готовій кулінарній продукції впродовж усього дня і забезпечують необхідний для цього набір послуг (столові, закусочні, пиріжкові тощо); – їдальні при заводах, установах, навчальних закладах, що забезпечують задоволення мінімально необхідних потреб у готовій їжі працівників (учнів) в час обідньої перерви.

Підприємства побутового обслуговування – стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані.

Ринок – це підприємство сфери торгівлі, яке виконує функції надання послуг із забезпечення умов для здійснення купівлі-продажу продовольчих і непродовольчих товарів за вільними цінами. Основними продавцями на ринку є фізичні особи – підприємці і не підприємці, а покупцями – населення.

Залежно від асортименту товарів ринки поділяються на продовольчі, речові, автомобільні, універсальні, спеціалізовані. За статусом – формальні і неформальні (незарєєстровані). Формальні ринки є юридичними особами.

У сфері *комерційного посередництва* суб'єкти господарювання проходять стадію становлення. При цьому їх коло прискорено розширюється, охоплюючи біржі, аукціони, дистриб'юторів, брокерські фірми, консигнаторів, лізингові компанії тощо.

Суб'єкти комерційної діяльності постійно видозмінюються, трансформуються, максимально пристосовуються до конкурентного середовища. Водночас лібералізація торгівлі, глобалізація міжнародної торгівлі породжують принципово нові форми і види суб'єктів ринку. Серед них слід виділити віртуальні магазини і дистриб'юторів у системі електронної комерції, транснаціональні торговельні компанії тощо.

Методи та форми державного регулювання торгівлі відображено на рис. 1.5, 1.6.

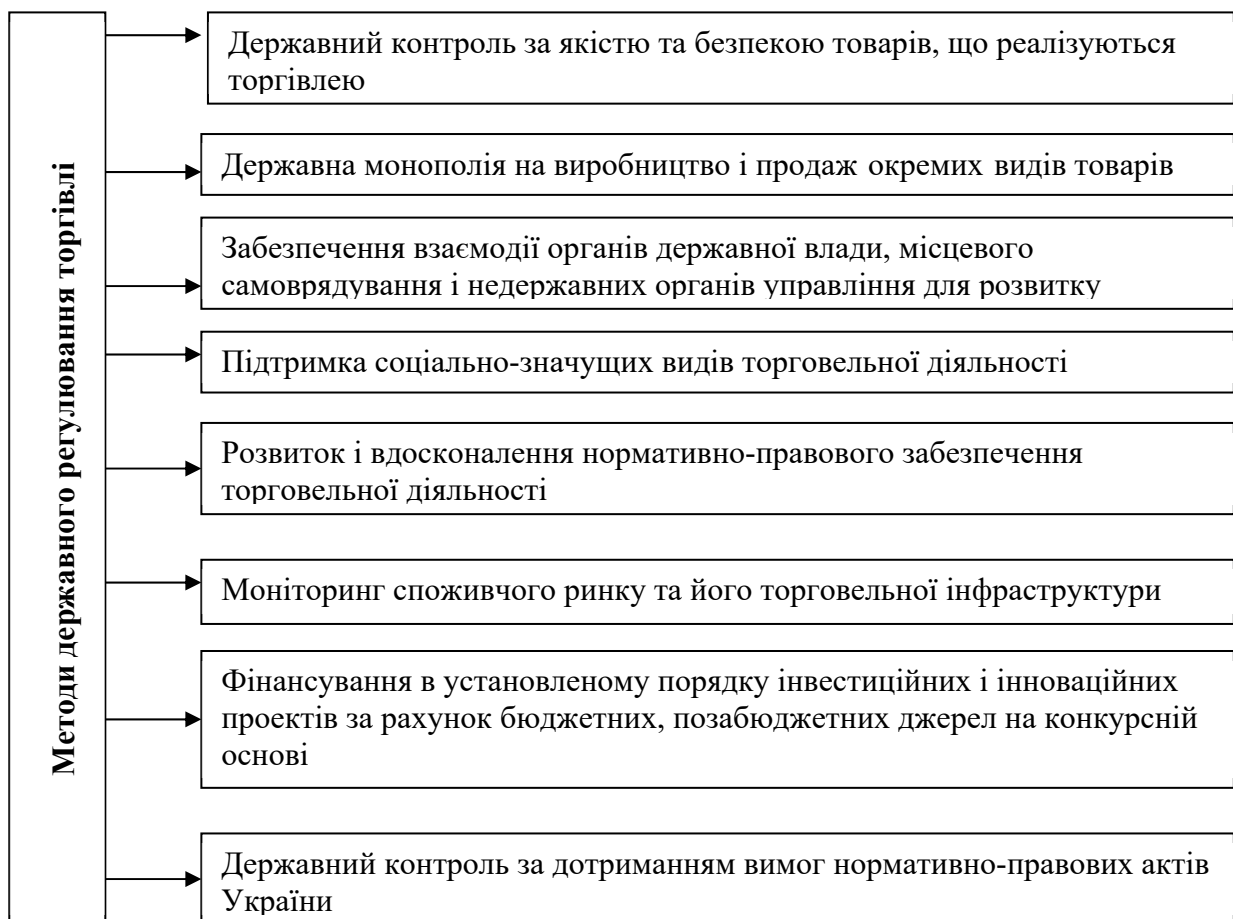


Рис. 1.5. Методи державного регулювання торгівлі

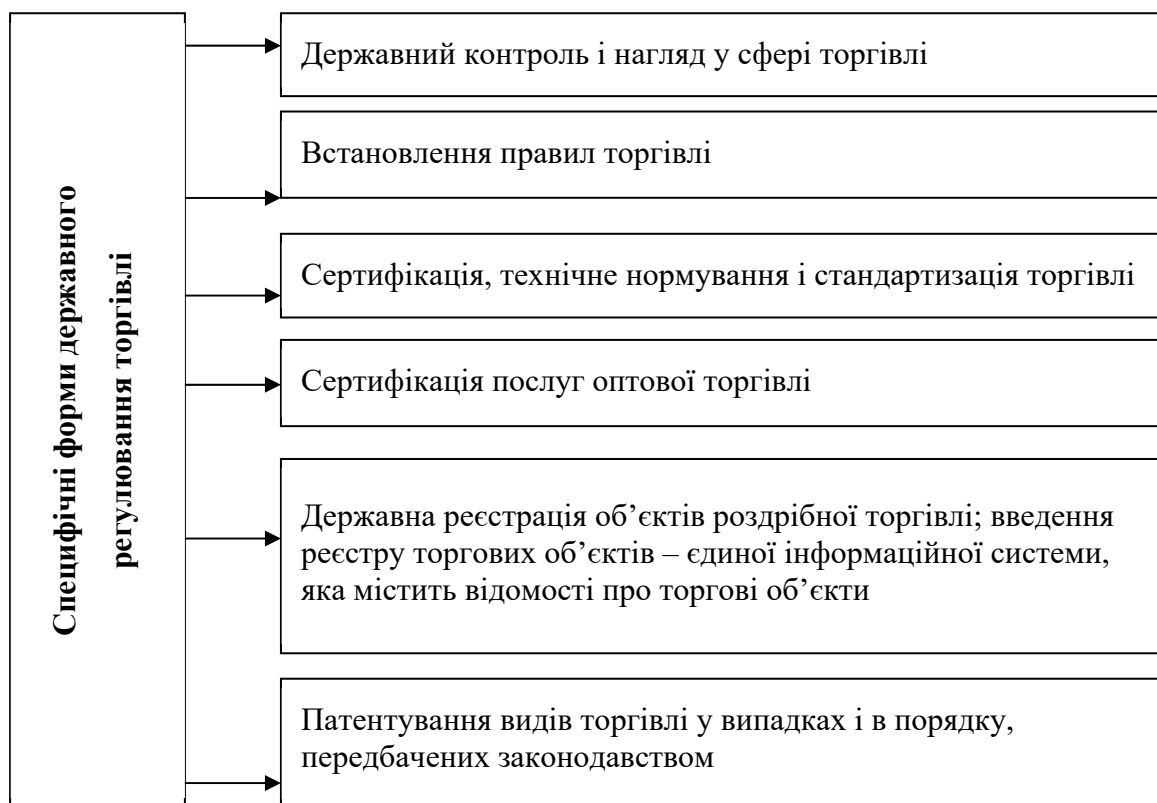


Рис. 1.6. Форми державного регулювання торгівлі

Регулювання торговельної діяльності здійснюється через систему правових, економічних, фінансових, науково-технічних, інвестиційних, соціально-політичних та інших регуляторних механізмів у формі поєднання державного регулювання і саморегулювання суб'єктів торговельної діяльності.

Під час вивчення даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [1,2,7,22]

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Виберіть у тестах найбільш точне твердження з наведених.

У деяких тестах правильних тверджень може бути більше одного.

1. Економічна суть торгівлі полягає у тому, що це:

- а) форма товарного обміну;
- б) форма товарного обігу;
- в) самостійний господарюючий суб'єкт з правами юридичної особи;
- г) вид господарської діяльності;
- д) галузь господарювання.

2. Соціально-економічні форми торгівлі:

- а) державна;
- б) кооперативна;
- в) приватна;
- г) комунальна;
- д) муніципальна.

3. Якими показниками характеризується торгівля як галузь господарювання:

- а) величиною роздрібного товарообороту;
- б) чисельністю підприємств роздрібно й оптової торгівлі;
- в) чисельністю зайнятих працівників;
- г) середньою заробітною платою;
- д) рівнем рентабельності.

4. Організаційні форми торгівлі – це:

- а) кооперативна, приватна, державна;
- б) колективна, муніципальна, комунальна;
- в) корпоративна, фірмова, торгівля окремих міністерств і відомств;
- г) торгівля на універсальних і спеціалізованих підприємствах, на місцевих ринках;
- д) індивідуальна торгівля, торгівля окремих промислових підприємств.

5. Функції торгівлі й товарного обігу:

- а) реалізація вартості та споживчої вартості;
- б) продовження процесу виробництва у сфері обігу;
- в) здійснення обміну товарів на гроші і грошей на товар і налагодження зв'язків із виробництвом;
- г) переміщення товару від виробника до споживача, сортування, зберігання;
- д) видозмінення абстрактної праці в конкретну щодо споживача.

6. Роздрібні торговельні підприємства – це підприємства, що засновані на:

- а) приватній власності;
- б) колективній власності;
- в) державній власності;
- г) комунальній власності;
- д) змішаній формі власності.

7. Ефективність використання підприємств роздрібної торгівлі – це:

- а) загальна оцінка роботи підприємства;
- б) відношення фактично введеної кількості підприємств або м² торгової площі до планового завдання;
- в) частка підприємств, забезпечена холодильним обладнанням;
- г) питома вага магазинів самообслуговування;
- д) частка магазинів, що працюють у безперервному режимі.

8. Спеціалізація торгової мережі як шлях до ефективної боротьби за покупця відбувається:

- а) за товарно-галузеву ознакою;
- б) за асортиментною структурою;
- в) з урахуванням сегмента попиту;
- г) за ознакою споживчих комплексів;
- д) за віковою характеристикою, статтю, професійною спрямованістю.

2. ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ, ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ І ТОВАРНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Процес реалізації товарів складає основу комерційної діяльності торговельного підприємства на споживчому ринку. Економічний зміст цього процесу відображає провідний показник – товарооборот.

Товарооборот – це обсяг реалізації товарів масового споживання та наданих платних торговельних послуг населенню для задоволення особистих потреб в обмін на його грошові доходи або іншим підприємствам для подальшої переробки чи продажу за конкретний проміжок часу – день, тиждень, місяць, квартал, рік [4].

В процесі аналізу господарчих ситуацій у торгівлі для кваліфікованого прийняття рішень слід розрізняти окремі види товарообороту, тобто уявляти зміст *класифікації товарообороту*.

Зосередимо увагу, що товарооборот торговельного підприємства здійснюється в різних видах і формах. Передусім, в загальному складі товарообороту торговельного підприємства виділяють наступні його види:

- роздрібний;
- оптовий;
- торгово-посередницький.

Роздрібний товарооборот – обсяг реалізації споживчих товарів населенню та іншим кінцевим споживачам для власного користування, яка завершує процес їх обігу на споживчому ринку незалежно від каналів їх реалізації:

– юридичними особами, що здійснюють роздрібну торгівлю і громадське харчування, для яких торгова діяльність є основною (магазини, підприємства громадського харчування, намети та ін.);

– юридичними особами, що здійснюють торгівлю, але для яких торгова діяльність не є основною (фірмові магазини, магазини при промислових підприємствах та ін.);

– фізичними особами, що здійснюють продаж товарів на речових, змішаних і продовольчих ринках.

Таким чином, суть роздрібного товарообороту виражають економічні відносини, пов'язані з обміном готівкових грошових коштів населення на придбані товари. До складу роздрібного товарообороту може бути також включено:

– продаж за безготівковим розрахунком продовольчих товарів юридичним особам соціального призначення (лікарням, санаторіям, дитячим садам та ін.);

– продаж товару юридичним особам, але виключно за готівковий розрахунок з використанням касових апаратів.

Роздрібний товарооборот враховується в цінах фактичної реалізації у звітному періоді на основі первинних документів – товарно-грошового звіту і документів, що додаються до нього. Роздрібний товарооборот показується з урахуванням вартості скляного посуду, проданого населенню з товаром, за вирахуванням вартості поверненого населенням порожнього скляного посуду, а також склопосуду, прийнятого від населення в обмін на товар.

До товарного обороту громадського харчування включається вартість проданої власної кулінарної продукції (блюد, кулінарних виробів, напівфабрикатів), виготовленої в їдальнях, ресторанах, кафе і інших підприємствах громадського харчування; борошняних, кондитерських, хлібобулочних виробів і інших покупних товарів без кулінарної обробки для споживання на місці. У обороті громадського харчування враховується також вартість кулінарної продукції і покупних товарів, відпущених додому згідно замовлень населення.

До складу обороту громадського харчування включається також вартість кулінарної продукції, відпущеної працівникам організацій з подальшим утриманням із заробітної плати, окремим категоріям населення (учням шкіл, пенсіонерам та ін.) і повністю сплаченого органами соціального захисту, відпуск блюд за абонементами, талонами тощо в обсязі фактичної вартості харчування.

Оборот роздрібної торгівлі і оборот громадського харчування враховуються в роздрібних цінах – фактичних продажних цінах, що включають торгіву націнку, податок на додану вартість, акциз і податок з продажів.

Оптовий (гуртовий) товарооборот – обсяг реалізації споживчих товарів, які пройшли певну технологічну обробку на даному підприємстві (транспортування, зберігання, оптове підсортування, передпродажну підготовку тощо), різним оптовим покупцям для наступного продажу кінцевим споживачам [4].

Водночас, у складі оптової реалізації торговельного підприємства виокремлюють, як правило, такі форми:

– продаж товарів оптовим (гуртовим) покупцям свого регіону (*регіональний* оптовий товарооборот);

– продаж товарів оптовим покупцям інших регіонів своєї країни (міжрегіональний оптовий товарооборот);

– продаж товарів оптовим покупцям інших країн (зовнішньоторговельний оптовий товарооборот за експортом).

Зауважимо, що в сучасних умовах в Україні основою торгово-посередницької діяльності більшості торговельних підприємств залишається саме роздрібний товарооборот, тому варто приділити більш ретельну увагу вивченню його організаційних форм та особливостей зв'язку з іншими показниками діяльності підприємства.

Таблиця 2.1

Класифікація роздрібного товарообороту

Ознака	Види
Залежно від організаційних форм продажу споживчих товарів	– товарооборот торговельної мережі (зокрема, товарооборот роздрібною торгівлі (магазини, кіоски, аптеки, намети тощо) і товарооборот підприємств громадського харчування (їдальні, кафе, кафетерії, ресторани, бари тощо); – продаж поза торговельною мережею (на аукціонах, на складах промислових і оптових підприємств з оплатою через каси роздрібних торговельних підприємств тощо).
Залежно від складу кінцевих споживачів	– продаж товарів безпосередньо населенню; – продаж товарів із спеціалізованої торговельної мережі організаціям, установам і підприємствам в порядку дрібного опту.
Залежно від форми грошових розрахунків	– реалізацію товарів за готівку; – продаж товарів за безготівковим розрахунком; – продаж за розрахункові чеки установ банків.
Залежно від термінів розрахунку	– продаж товарів з негайною їх оплатою; – продаж товарів у кредит з відстрочкою платежу на встановлений термін (порядок такого продажу регулюється спеціальними правилами; незалежно від встановлених термінів розрахунків суму проданих в кредит товарів включають до складу товарообороту в момент їх реалізації).
Залежно від характеру реалізованих товарів	продаж нових товарів; продаж товарів, які знаходилися раніше у використанні і були скуплені торговельними підприємствами у населення або прийняті у населення на комісію для наступного перепродажу.

Слід зазначити, що інструкцією про облік роздрібного товарообороту та товарних запасів регламентується склад окремих форм та видів роздрібного товарообороту.

Торгово-посередницький товарооборот – визначається обсягом посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів без

будь-якої технологічної обробки на даному торговельному підприємстві роздрібним або гуртовим покупцям [4].

У складі торгово-посередницького товарообороту, у свою чергу, виокремлюють:

– оборот *на біржовому ринку* (йдеться про систему різноманітних товарних спеціалізованих або універсальних товарних бірж, на яких торговельне підприємство придбало брокерські місця і здійснює посередницькі операції з купівлі-продажу товарів);

– оборот *на позабіржовому ринку* (посередницькі операції з купівлі-продажу товарів поза межами товарних бірж з вітчизняними та закордонними учасниками).

У процесі планування діяльності торговельного підприємства використовують наступні показники:

Загальний обсяг товарообороту у вартісному вираженні – це обсяг реалізації товарів у розрізі окремих видів товарообороту.

Відповідно до цього виділяють загальний обсяг роздрібного товарообороту; загальний обсяг оптового товарообороту; загальний обсяг торгово-посередницького товарообороту підприємств. Валовий обсяг товарообороту торговельного підприємства – сума загального обсягу всіх видів продажу.

Склад товарообороту – структура загального обсягу товарообороту окремих видів в розрізі різних його форм.

Наприклад, у складі загального обсягу роздрібного товарообороту виділяють обсяг продажу товарів населенню і обсяг дрібнооптового продажу; обсяг продажу товарів з негайною їх оплатою і обсяг продажу товарів у кредит тощо.

Структура товарообороту відображає, як правило, асортимент, товарно-груповий склад реалізації товарів (номенклатура груп товарів, що використовуються з цією метою, затверджена статистичною звітністю за формою №3-торг).

Якщо виникає необхідність, структура товарообороту може бути розглянута і в межах окремої товарної групи (наприклад, в обсязі реалізації взуття може бути виокремлено продаж жіночого, чоловічого та дитячого взуття).

У ринкових умовах господарювання економічне значення показника роздрібного товарообороту витікає з тих завдань, для вирішення яких він обчислюється.

Роздрібний товарооборот може виступати як один з показників, що визначають потужність торгового підприємства, оскільки за його

величиною можна зробити висновок про обсяг діяльності підприємства. Використовується для характеристики ефективності використання ресурсів підприємства і загальної суми витрат на реалізацію товарів, для розрахунку трудомісткості, фондомісткості, витратоємності, капіталоємності ресурсів. За допомогою цих показників можна визначити потребу підприємства в додаткових ресурсах для забезпечення приросту товарообороту.

Оскільки товарооборот є показником, що відображає найважливіший кінцевий результат господарської діяльності торговельного підприємства, то його зіставлення з величиною витрачених ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових) дасть уявлення про ефективність їх використання, оскільки в узагальненому вигляді показник ефективності є співвідношення результату і витрат.

Показник роздрібного товарообороту має бути тісно пов'язаний з такими економічними показниками, як попит, надходження товарів, товарні запаси, прибуток, чисельність працівників, витрати на оплату праці. При цьому оптимальним вважається таке співвідношення цих показників, яке наведене в наступних моделях стратегічного регулювання товарообороту.

Таблиця 2.2

Взаємозв'язок товарообороту з економічними показниками торговельного підприємства

Взаємозв'язок	Модель
1	2
Внутрішній зв'язок окремих показників товарообороту	
Збалансованість попиту і пропозиції товарів	$I_n > I_m > I_{mz} > I_n,$ де I_n – індекс росту надходження товарів; I_m – індекс росту обсягу товарообороту; I_{mz} – індекс росту суми товарних запасів; I_n – індекс росту обсягу попиту населення.
Формула «товарного балансу» Дана залежність використовується у разі необхідності визначення величини надходження товарів.	$Z_n + H + H_i = T + B + Z_k,$ де Z_n ; Z_k – сума запасів товарів відповідно на початок і кінець періоду, що розглядається, грн; H – обсяг надходження товарів у певному періоді, грн; T – обсяг реалізації товарів у певному періоді, грн; B – інше вибуття товарів (у зв'язку з природною втратою, уцінкою тощо), грн; H_i – націнки підприємств громадського харчування та інші додаткові націнки, грн. $Z_n + H$ – товарне забезпечення; $T + B + Z_k$ – потреба у товарах.

Продовження таблиці 2.2

1	2
Товарооборот і обсяги ресурсного потенціалу	
Підвищення ефективності господарської діяльності торгового підприємства	$I_{np} > I_m > I_{фон} > I_ч,$ <p>де I_{np} – індекс росту маси прибутку; I_m – індекс росту обсягу товарообороту; $I_{фон}$ – індекс росту фонду оплати праці; $I_ч$ – індекс росту чисельності працівників.</p>
Зв'язок товарообороту з трудовими ресурсами	$T = Ч_c \cdot П_p$ <p>де T – обсяг реалізації товарів у певному періоді, <i>грн</i>; $Ч_c$ – середньооблікова чисельність персоналу в певному періоді, <i>осіб</i>; $П_p$ – середня продуктивність праці працівників у певному періоді (обсяг товарообороту, що припадає на одного працівника), <i>грн/люд.</i></p>
Залежність між обсягом товарообороту, чисельністю та складом персоналу відповідної кваліфікації, рівнем продуктивності праці	$T = \frac{Ч_{мон} \cdot П_p}{ПВ_{мон}} \cdot 100$ <p>де T – обсяг реалізації товарів у певному періоді; $Ч_{мон}$ – середньооблікова чисельність торгово-оперативного персоналу підприємства; $ПВ_{мон}$ – частка торгово-оперативного персоналу в загальній чисельності, %.</p>
Зв'язок товарообороту з основними засобами	$T = \Phi_{сер} \cdot \Phi_в,$ <p>де T – обсяг реалізації товарів у певному періоді, <i>грн</i>; $\Phi_{сер}$ – середньорічна вартість основних засобів у певному періоді, <i>грн</i>; $\Phi_в$ – фондвіддача в певному періоді, <i>грн</i>.</p> $\Phi_{сер} = \Phi_n + \sum_{i=1}^n \Phi_{вi} \cdot \frac{T_{вi}}{12} - \sum_{i=1}^n \Phi_{вивi} \cdot \frac{T_{вивi}}{12}$ <p>де Φ_n – вартість основних засобів на початок року, <i>грн</i>; $\Phi_{вi}$ – вартість основних засобів, що вводяться на протязі року, <i>грн</i>; $\Phi_{вивi}$ – вартість виведених основних засобів протягом року, <i>грн</i>; $T_{вi}$ – кількість повних місяців до кінця року, протягом яких будуть функціонувати введені основні засоби; $T_{вивi}$ – кількість повних місяців до кінця року з моменту виведення з експлуатації основних засобів.</p>

Продовження таблиці 2.2

1	2
<p>Взаємозв'язок між обсягом роздрібного товарообороту, наявністю та ступенем використання матеріально-технічної бази</p>	$T = P_m \cdot D_p \cdot T_d \cdot P_{p.zod},$ <p>де T – обсяг реалізації товарів, грн; P_m – кількість робочих місць, од.; D_p – кількість робочих днів, дн.; T_d – тривалість робочого дня, год; $P_{p.zod}$ – продуктивність праці середньогодинна (середньогодинний товарооборот на одне робоче місце), грн.</p>
<p>Зв'язок між товарооборотом і обсягом торговельної площі:</p>	$T = \frac{S \cdot D_p \cdot T_d \cdot P_s}{ПВ_s}$ <p>де T – обсяг реалізації товарів, грн; S – торговельна площа, м²; D_p – кількість робочих днів, дн.; T_d – тривалість робочого дня, год; P_s – середньогодинний обсяг реалізації товарів підприємством на одиницю площі, грн/м²; $ПВ_s$ – питома вага торговельної площі в загальній площі, що експлуатується, %.</p>
<p>Товарооборот і фінансові показники</p>	
<p>Підвищення ефективності господарської діяльності торгового підприємства</p>	$I_p > I_{np} > I_z$ <p>де I_p – індекс росту рівня рентабельності (у % до обороту); I_{np} – індекс росту продуктивності праці одного працівника; I_z – індекс росту середньої заробітної плати одного працівника.</p>
<p>Зв'язок товарообороту з валовим доходом</p>	$T = \frac{ВД_p \cdot P_{\omega d}}{100},$ <p>де T – обсяг реалізації товарів в певному періоді, грн; $ВД_p$ – валовий дохід від реалізації товарів у певному періоді, грн; $P_{\omega d}$ – рівень валового доходу від реалізації товарів у певному періоді (виражений у відсотках до товарообороту), %.</p>
<p>Зв'язок товарообороту з витратами торговельного підприємства</p>	$T = \frac{ВО \cdot P_{\omega o}}{100},$ <p>де T – обсяг реалізації товарів у певному періоді, грн; $ВО$ – сума витрат обігу у певному періоді, грн; $P_{\omega o}$ – рівень витрат обігу у певному періоді (виражений у відсотках до товарообороту), %.</p>

Продовження таблиці 2.2

1	2
Зв'язок товарообороту з сумою податків, що сплачуються	$T = \frac{P_{\text{снл}}}{P_m} \cdot 100,$ <p>де T – обсяг реалізації товарів у певному періоді, грн; $P_{\text{снл}}$ – сума податків, сплачених торговельним підприємством у певному періоді, грн; P_m – податкомісткість товарообороту (виражена відношенням суми податків до товарообороту), %.</p>
Зв'язок товарообороту з прибутком	$T = \frac{P \cdot P_m}{100},$ <p>де T – обсяг реалізації товарів у певному періоді, грн; P – прибуток від реалізації товарів, отриманий у певному періоді, грн; P_m – рівень рентабельності товарообороту в певному періоді (виражений відношенням прибутку до товарообороту), %.</p>

Планування роздрібного товарообороту торгового підприємства, особливо новоствореного, доцільно розпочинати з визначення мінімального обсягу товарообороту, який забезпечить йому беззбиткову роботу. Такий обсяг товарообороту прийнято називати критичним. Усі розрахунки за визначенням цього обсягу зводяться до визначення точки беззбитковості підприємства.

У процесі здійснення господарської діяльності підприємство несе певні витрати, які на практиці прийнято поділяти на:

– постійні витрати, сума яких залишається незмінною впродовж тривалого періоду часу (оренда, амортизація, витрати на утримання будівель, приміщень, споруд, комунальні витрати тощо). Для покриття цих витрат підприємство повинне здійснювати торгову діяльність, тобто здійснювати реалізацію товарів;

– змінні витрати, тобто витрати, пов'язані із закупівлею товарів, їх транспортуванням, зберіганням, підробкою, підсортовуванням, пакуванням, реалізацією. Передбачається, що змінні витрати збільшуються пропорційно темпам росту обсягу товарообороту.

Проте, темп зміни сукупних витрат у зв'язку з включенням до них не лише змінних, але і постійних витрат відрізнятиметься від темпу зміни обсягу товарообороту. У результаті обсяг товарообороту в своїй критичній точці дозволяє покрити не лише постійні, але і змінні витрати. При цьому мінімально необхідний обсяг товарообороту дозволяє забезпечити підприємству тільки беззбиткову роботу.

Розрахунок мінімально необхідного обсягу товарообороту можна здійснити шляхом розкладання товарообороту на складові його елементи. Роздрібний товарооборот є сумою роздрібних цін проданих або запланованих до продажу товарів. У свою чергу, роздрібна ціна складається з покупної для торгового підприємства ціни товару і торгової надбавки. Сума покупних цін є товарооборотом торгового підприємства за покупними цінами. Торгові надбавки призначені для покриття витрат обігу і отримання торговим підприємством прибутку. Таким чином:

$$T_p = T_n + H_m, \quad (2.1)$$

де T_p – обсяг товарообороту за роздрібними цінами, грн;
 T_n – обсяг товарообороту за покупними цінами, грн;
 H_m – сума торгових надбавок, грн.

У свою чергу:

$$P_m = BO + П, \quad (2.2)$$

де BO – сума витрат обігу, грн;
 $П$ – сума прибутку, грн.

$$BO = BO_{зм} + BO_{пост}, \quad (2.3)$$

де $BO_{зм}$ – сума змінних витрат обігу, грн;
 $BO_{пост}$ – сума постійних витрат обігу, грн.

Тоді

$$T_p = T_n + BO_{зм} + BO_{пост} + П \quad (2.4)$$

Але оскільки мінімально необхідний обсяг роздрібного товарообороту дозволяє покрити тільки витрати і не забезпечує отримання прибутку, то формула визначення критичного обсягу товарообороту матиме вигляд:

$$T_{кр} = T_n + BO_{зм} + BO_{пост} \quad (2.5)$$

де $T_{кр}$ – критичний обсяг товарообороту за роздрібними цінами, грн.

Критичний товарооборот ($T_{кр}$) визначається також за допомогою наступної формули (визначення точки беззбитковості):

$$T_{кр} = \frac{BO_{пост}}{РД_м} \cdot 100, \quad (2.6)$$

де $РД_м$ – питома вага маржинального доходу у загальному обсязі реалізації, %

Маржинальний дохід в свою чергу визначається за формулою:

$$Д_м = T - BO_{зм}, \quad (2.7)$$

або

$$Д_м = П + BO_{пост}, \quad (2.8)$$

де T – обсяг реалізації товарів, грн;
 $П$ – прибуток підприємства, грн.

Запас фінансової стійкості (ЗФС) у грошовому вимірі розраховується за формулою:

$$ЗФС = T_ф - T_{бз}, \quad (2.9)$$

де $T_ф$ – фактичний обсяг товарообороту, грн.

Визначивши мінімальний критичний обсяг товарообороту, що забезпечує підприємству беззбиткову роботу, переходять до розрахунку можливого обсягу товарообороту на планований рік.

При плануванні загального обсягу роздрібного товарообороту торгового підприємства можуть бути використані наступні методи:

- дослідно-статистичний;
- економіко-статистичний;
- економіко-математичного моделювання;
- комплексного взаємозв'язку основних показників господарської діяльності торгового підприємства.

Проте при використанні будь-якого з методів слід мати на увазі, що складання плану товарообороту починається у той момент, коли ще немає даних про фактичний товарооборот за звітний (передплановий) період. Тому при плануванні спочатку визначається очікуваний товарооборот, під яким слід розуміти найбільш вірогідну реально здійсниму величину. Як правило, очікуваний товарооборот має бути не нижчий передбаченого планом на частину року, що залишилася:

$$T_{оч} = T_{ф.9м} + T_{оч.IVкв.}, \quad (2.10)$$

де $T_{оч}$ – очікуваний обсяг товарообороту за звітний рік, *грн*;
 $T_{ф.9м}$ – фактичний обсяг товарообороту за 9 місяців звітного року, *грн*;
 $T_{оч.IVкв.}$ – очікуваний обсяг товарообороту за IV кв. звітного року, *грн*.

При цьому:

$$T_{оч.IVкв.} > T_{пл.IVкв.}, \quad (2.11)$$

де $T_{пл.IVкв.}$ – плановий обсяг товарообороту IV кварталу звітного року, *грн*.

Важливою умовою при плануванні товарообороту є забезпечення порівнянності його обсягу з точки зору змін у матеріально-технічній базі торгового підприємства:

$$T_{пор} = T_{оч} + K_{зб} + K_{зм}, \quad (2.12)$$

де $T_{пор}$ – порівнянний обсяг товарообороту за звітний рік, *грн*;
 $K_{зб}$ – коректив на збільшення обсягу товарообороту, який дорівнює обсягу товарообороту (виходячи з середньомісячного обороту) структурних підрозділів за період часу, який вони в звітному році не працювали, але в планованому році працюватимуть, *грн*;
 $K_{зм}$ – коректив на зменшення обсягу товарообороту, який дорівнює обсягу товарообороту структурних підрозділів за період часу, який вони в звітному році відпрацювали, а в планованому році працювати не будуть, *грн*.

Дослідно-статистичний метод дозволяє визначити плановий обсяг товарообороту торгового підприємства на майбутній рік виходячи з порівнянного обсягу товарообороту за звітний рік і середньорічного темпу зміни товарообороту за 3-5 років, передуючих плановому року:

$$T_{пр} = \frac{T_{пор} \cdot \Delta T}{100}, \quad (2.13)$$

де $T_{пр}$ – обсяг товарообороту на планований рік, *грн*;
 $T_{пор}$ – обсяг порівнянного товарообороту звітного року, *грн*;
 ΔT – середньорічний темп зміни обсягу товарообороту, %.

При плануванні загального обсягу товарообороту роздрібного торгового підприємства можуть бути використані різні економіко-математичні моделі.

Товарооборот формується в результаті сукупного впливу великої кількості тривало- і короткочасно діючих чинників. Зміна умов розвитку товарообороту призводить до варіації обороту в часі. Проте в результаті тривало діючих чинників розвиток товарообороту певною мірою має інерційний характер, що проявляється, по-перше, як інерційність взаємозв'язку, тобто збереження механізму формування товарообороту; по-друге, як інерційність у розвитку окремих сторін цього процесу, тобто збереження темпів і напрямів зміни товарообороту.

Наявність інерційності дає можливість оцінити про майбутній розвиток товарообороту (хоча з недостатньою мірою точності), виходячи з аналізу минулого періоду, виявлення закономірностей минулого періоду, тобто про тенденцію товарообороту, яку можна охарактеризувати у вигляді деякої функції – *тренду*. При цьому передбачається, що через час можна виразити вплив усіх основних чинників, причому механізм їх впливу в явному виді не враховується.

Для виявлення основної тенденції розвитку товарообороту використовується метод аналітичного вирівнювання (трендовий метод).

Найбільш важливим моментом при вирівнюванні є вибір типу кривої, від якого залежать результати прогнозу товарообороту. Самим обґрунтованим слід рахувати підхід, заснований на графічному аналізі товарообороту.

Початковим етапом планування потреби підприємства в *товарних ресурсах* є аналіз звітних даних про забезпеченість підприємства товарними ресурсами в передплановому періоді, про виконання договорів, рівномірність надходження товарів, оцінка ефективності використання ресурсів в цілому і товарних запасів, зокрема.

Товарні ресурси – маса промислової та сільськогосподарської продукції, яка надходить до торгових підприємств протягом року, кварталу, місяця від виробника чи з інших джерел (імпорт, резерви) для задоволення різних потреб населення та господарств.

Товарний запас – являє собою масу товарів, що перебувають у сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживача та призначена для подальшого продажу.

Класифікація товарних запасів торговельного підприємства

№ зп	Класифікаційна ознака	Види товарних запасів
1	За призначенням запасів	Запаси поточного зберігання Запаси сезонного зберігання та попереднього завозу Запаси цільового призначення
2	Залежно від місцезнаходження (місця формування)	Запаси роздрібної торгівлі Запаси оптової торгівлі Запаси у дорозі
3	Залежно від асортиментної структури запасів	Запаси продовольчих товарів Запаси промислових товарів Запаси продукції громадського харчування
4	Залежно від моменту та характеру оцінки	Вхідні запаси Вихідні запаси Середні запаси Планові (прогнозні) запаси
5	По відношенню до зміни обсягу товарообороту	Запаси, що залежать від зміни обсягу товарообороту Запаси, розміри яких не залежать від зміни обсягу товарообороту
6	Залежно від характеру поповнення та витрачання	Запаси регулярного поповнення та витрачання Запаси регулярного поповнення та сезонного витрачання Запаси сезонного формування та регулярного витрачання Запаси періодичного поповнення та витрачання
7	Залежно від відповідності попиту	Запаси, що відповідають параметрам попиту Запаси, що не відповідають параметрам попиту (неходові, залежані, завезені понад норму)
8	Відповідно до нормативу	Запаси у межах нормативу Запаси понаднормативні

Підприємством має бути організований чіткий облік виконання договорів на постачання товарів з точки зору повноти їх виконання як за обсягом, так і по термінах. Причому дотримання термінів постачання товарів і рівномірність постачання мають дуже важливе значення для підприємств торгівлі, оскільки це забезпечує безперебійний продаж товарів, не вимагає додаткових товарних запасів у вигляді страхових запасів для забезпечення безперебійного продажу у разі недотримання термінів постачання і його нерівномірності.

Розрахунок нормативу товарного запасу тим або іншим методом, як правило, здійснюється на кінець IV кварталу планованого року по окремих товарних групах. Норматив товарного запасу в днях обороту в цілому по підприємству розраховують шляхом ділення планової суми товарних запасів на плановий одноденний товарооборот.

В процесі господарської діяльності підприємства виникає потреба у визначенні планової величини товарних запасів не лише на IV квартал, але також і на I-III квартали планованого року. Їх можна визначити або за допомогою індексів сезонності, якщо значення товарообороту, а, отже, і запасів, мають істотні сезонні коливання, або шляхом обчислення середнього розміру зміни товарних запасів впродовж планованого року. Другий спосіб більш простий. В цьому випадку спочатку визначається загальна сума зміни планової величини товарного запасу за рік:

$$\Delta TЗ_{пл} = TЗ_{пл.IVкв.} - TЗ_{поч.} \quad (2.14)$$

де $TЗ_{поч.}$ – фактична величина товарного запасу на початок планованого року (на кінець звітнього року), *грн.*

Потім розраховується середньоквартальна зміна величини товарних запасів:

$$\Delta TЗ_{пл.кв.} = \frac{\Delta TЗ_{пл.}}{4} \quad (2.15)$$

Визначається планова сума товарного запасу для кожного кварталу планового року:

$$TЗ_{пл.Iкв.} = TЗ_{поч.} + \Delta TЗ_{пл.кв.} \quad (2.16)$$

$$TЗ_{пл.IIкв.} = TЗ_{пл.Iкв.} + \Delta TЗ \quad (2.17)$$

Аналогічно розраховуємо за III-IV квартали.

В основу планування товарних запасів покладено їх нормування, тобто розробка нормативів товарних запасів по окремих товарах і товарних групах в днях товарообороту, а також в цілому по підприємству.

Основною частиною нормативу товарного запасу є *торговий запас*, який складається з двох частин:

– робочого запасу, який повинен постійно знаходитися в торговому залі;

– запасу поточного поповнення, призначеного для забезпечення безперебійного продажу товарів на період до наступного надходження товарів.

Страховий (гарантійний) запас призначений для забезпечення безперебійного продажу товарів у разі виникнення непередбачених обставин (різке зростання попиту, неможливість здійснити своєчасну закупівлю і постачання товарів тощо).

Демонстраційний запас, що знаходиться в торговому залі, який повинен містити усе різноманіття асортименту товарів цієї товарної групи (*представницький асортиментний набір*).

Запас у розмірі одноденного обороту також зберігається в торговому залі, щодня поповнюється за рахунок запасу поточного поповнення і призначається для безпосередньої відпустки товарів покупцям.

Запас поточного поповнення залежить від частоти завезення товарів і комплектності надходження, яка характеризує середню кількість асортиментних різновидів, що оновлюється кожною партією постачання. Чим більша частота завезення (тобто менше інтервал між постачаннями) і комплектність постачання, тим менше величина запасу поточного поповнення.

Норма товарного запасу в днях обчислюється по формулі:

$$T_{\text{норм}} = T_{\text{нідг}} + T_{\text{рз}} + 0,5 \cdot T_{\text{ном}} + T_{\text{стр}}, \quad (2.18)$$

де $T_{\text{нідг}}$ – час на приймання і підготовку товару до продажу, *дні*;

$T_{\text{рз}}$ – робочий запас, *дні*;

$T_{\text{ном}}$ – запас поточного поповнення, *дні*;

$T_{\text{стр}}$ – страховий (гарантійний) запас, *дні*. (у розмірі 50% складного асортименту, та 100% простого асортименту).

$$T_{\text{стр}} = T_{\text{рз}} + T_{\text{ном}}, \quad (2.19)$$

$$T = \frac{Q_{\text{пр}} + T}{T}, \quad (2.20)$$

де $Q_{\text{пр}}$ – представницький асортиментний набір, *грн*;

T – роздрібний товарообіг, *грн*.

Запас поточного поповнення визначається за формулою:

$$T_{\text{ном}} = \frac{i}{r/R} = i \cdot \frac{R}{r}, \quad (2.21)$$

де i – середній інтервал між постачаннями, *дні*;

r – кількість асортиментних різновидів в одній партії, *од.*;

R – загальна кількість асортиментних різновидів, *од.*

$$i = \frac{R}{r} \cdot \mathcal{C}_{\text{сер}}, \quad (2.22)$$

де $\mathcal{C}_{\text{сер}}$ – середня частота завезення товару.

$$T_{nom} = i \cdot \frac{l}{\psi_{сер}} \quad (2.23)$$

Представницький асортиментний набір визначається як добуток середньої ціни одного асортиментного різновиду на загальну кількість асортиментних різновидів

$$Q_{np} = \sum C_i \cdot R_i \quad (2.24)$$

де C – середня ціна одного асортиментного різновиду, грн;
 R – загальна кількість асортиментних різновидів, од.

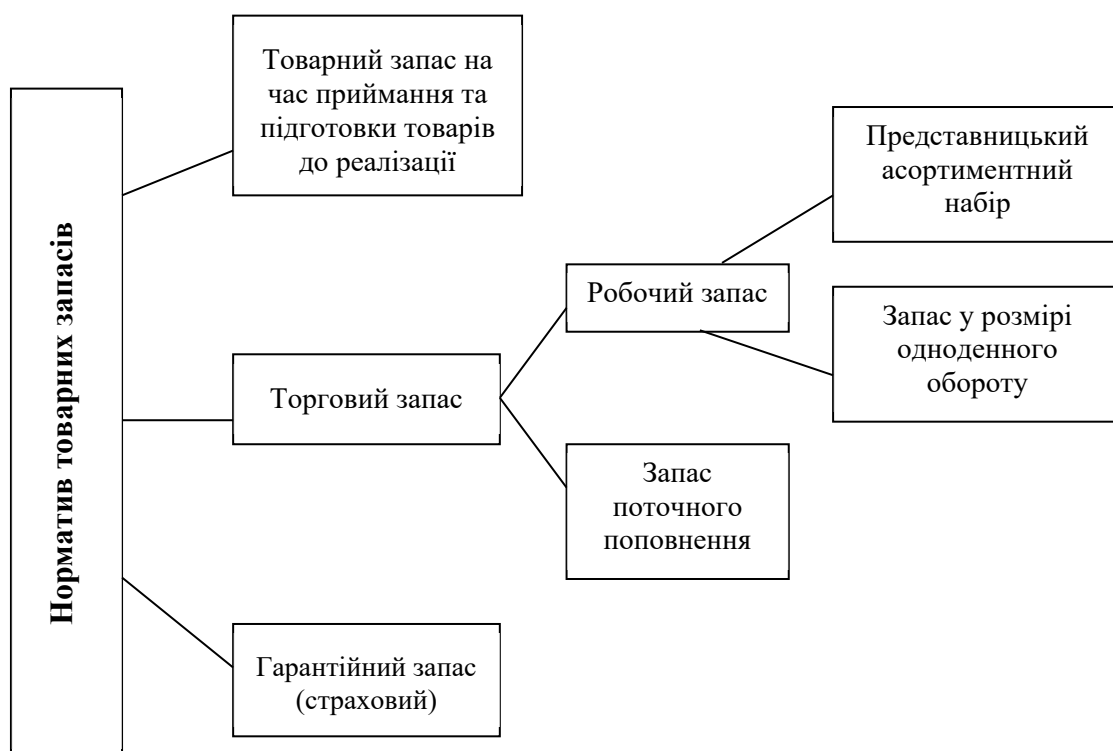


Рис. 2.1. Елементи товарних запасів (дні)

Робочий запас ($TЗ_p$) включає:

- представницький асортиментний набір $З_{ac}$ (забезпечує в торговому залі оптимальну кількість різновидів товарів);
- запас на одnodенну реалізацію ($З_{\delta}$);
- запас на час прийомки та підготовки товарів до реалізації ($З_{нід}$).

Загальний розмір робочого запасу в днях обороту визначається таким чином:

$$TЗ_p = З_{ac} + З_{\delta} + З_{нід} \quad (2.25)$$

При цьому асортиментний набір дорівнює:

$$Z_{ac} = \frac{\sum m \cdot C_{cp}}{T_{\delta}} \quad (2.26)$$

де m – кількість різновидів товарів, *од.*;

C_{cp} – середня ціна різновидів товарів певної товарної групи, *грн.*;

T_{δ} – середньоденний товарооборот, *грн.*

Запас поточного поповнення (TZ_{nom}) створюється для забезпечення безперервної торгівлі в періоди між черговими поставаннями товарів.

Залежить від періодичності (частоти) завозу, широти асортименту та комплектності партій товарів, які надходять до підприємства.

Визначається шляхом ділення періоду завозу товарів на 2, оскільки в період між черговими надходженнями товарів запас поповнення коливається від максимуму (в день доставки) до мінімуму (перед завозом), отже середній час періодичності і є половина інтервалу надходження товарів.

Частоту (періодичність) поставання обумовлюють у договорі з поставальником.

Комплектність однієї партії встановлюється шляхом ділення загальної кількості різновидів на кількість поставань.

Розрахунок запасу поточного поповнення:

$$TZ_{nom} = t/2, \quad (2.27)$$

де t – період завозу товарів певної товарної групи, *дн.*

При цьому період завозу товарів розраховується так:

$$t = r \cdot m/n, \quad (2.28)$$

де r – середня частота завозу товарів;

m – кількість різновидів товарів, які мають бути присутніми в асортименті магазину даного типу;

n – кількість різновидів товару, що надходять в середньому в однієї партії товарів.

Страховий (гарантійний, резервний) запас ($TZ_{стр}$) створюється для забезпечення безперервної реалізації товарів в разі непередбачених обставин – порушення термінів та обсягів поставання товарів, неочікуваного зростання платоспроможного попиту в окремі періоди та ін. Як правило по продовольчим товарам простого

асортименту (товари першої необхідності) страховий запас враховують у розмірі до 100%, по іншим продовольчим і непродовольчим товарам – до 50% розміру торгового запасу.

$$T_{стр} = k \cdot (T_{роб} + T_{ном}), \quad (2.29)$$

де k – коефіцієнт резервування.

Таким чином, використовуючи метод техніко-економічних розрахунків, загальний норматив товарного запасу ($TZ_{норм}$) стосовно певної товарної групи складе:

$$TZ_{норм} = TZ_{рз} + TZ_{ном} + TZ_{стр} \quad (2.30)$$

Важливим напрямом аналізу є визначення ступеня забезпеченості роздрібного товарообороту товарними ресурсами в цілому і товарними запасами зокрема. Забезпеченість підприємства товарними ресурсами можна встановити, розрахувавши суму товарних ресурсів, що припадає на 1 грн. роздрібного товарообороту [24]:

$$K_{заб} = \frac{H + TZ_{ср}}{T}, \quad (2.31)$$

де $K_{заб}$ – коефіцієнт забезпеченості підприємства товарними ресурсами;
 H – надходження товарів за період, грн;
 $TZ_{ср}$ – середня величина товарного запасу, грн;
 T – обсяги роздрібного товарообороту, грн.

Цей показник аналізується в динаміці та в порівнянні з плановим значенням.

Рівень забезпеченості роздрібного товарообороту товарними запасами може бути охарактеризований розміром товарного запасу в днях обороту, який показує, на скільки днів підприємству торгівлі вистачить товарних запасів:

$$TZ_{дн} = \frac{TZ_{кп}}{T_{сд}}, \quad (2.32)$$

де $TZ_{дн}$ – товарний запас у днях обороту, дн.;
 $TZ_{кп}$ – товарний запас у сумі на кінець періоду, грн;
 $T_{сд}$ – середньоденний товарооборот, грн.

Порівнюючи величину товарного запасу в днях з нормою товарних запасів, можна не лише встановити рівень забезпеченості

підприємства товарними запасами, але і передбачати можливі ускладнення у вигляді затоварювання або незабезпеченості запасами.

Якщо:

– $TЗ_{\text{дн}} > TЗ_{\text{норм}}$ – існує загроза затоварювання,

– $TЗ_{\text{дн}} < TЗ_{\text{норм}}$ – можливі перерви у продажу товарів.

Аналіз товарних ресурсів і товарних запасів завершується аналізом ефективності їх використання. Причому ефективність використання товарних ресурсів може бути визначена як через показник роздрібного товарообороту, так і через показник прибутку:

$$E_m = \frac{T}{\Pi + TЗ_{\text{ср}}}, \quad (2.33)$$

$$E_n = \frac{\Pi}{\Pi + TЗ_{\text{ср}}}, \quad (2.34)$$

де E_m, E_n – показники ефективності використання товарних ресурсів відповідно через товарооборот і прибуток, *грн*;

Π – прибуток від реалізації товарів, *грн*.

Коефіцієнти E_m і E_n показують суми товарообороту і прибутку, отриманих на кожну гривню, вкладену в товарні ресурси.

Ефективність використання товарних запасів найчастіше характеризується числом оборотів (товарооборотність) і часом обігу товарів в днях обороту (швидкість обороту). Ці показники взаємопов'язані між собою і розраховуються за формулами [24]:

$$K_{\text{об}} = \frac{T}{TЗ_{\text{ср}}}, \quad (\text{рази}) \quad (2.35)$$

$$T_{\text{об}} = \frac{TЗ_{\text{ср}} \cdot D}{T}, \quad \text{або} \quad T_{\text{об}} = \frac{D(360,90,30)}{K_{\text{об}}} \quad (\text{дні}) \quad (2.36)$$

$$T_{\text{об}} = \frac{TЗ_{\text{ср}}}{T_{\text{д}}} \quad (2.37)$$

де $K_{\text{об}}$ – коефіцієнт оборотності, число оборотів;

$T_{\text{об}}$ – час обороту товарів, *дн*. (час товарного обертання, тривалість перебування товарів у сфері обігу);

$TЗ_{\text{ср}}$ – середній товарний запас, *грн*;

D – число днів у періоді, *дн*.;

$T_{\text{д}}$ – односторонній товарооборот, *грн*;

T – обсяги роздрібного товарообороту, *грн*.

При цьому *середній товарний запас* розраховується за формулою середньої арифметичної, якщо відомі товарні запаси на початок та кінець періоду) або по середній хронологічній за формулою:

$$TЗ_{cp} = \frac{\frac{TЗ_0}{2} + TЗ_1 + TЗ_2 + \dots + \frac{TЗ_i}{2}}{i-1} \quad (2.38)$$

де $TЗ_1, TЗ_2 \dots TЗ_i$ – товарні запаси на конкретну дату;
 i – кількість спостережень за станом товарних запасів.

Середній товарний запас розраховується по середній хронологічній. Тривалість часу обороту товарів здійснює істотний вплив на фінансові результати господарської діяльності підприємства, сприяючи отриманню додаткового прибутку у разі прискорення оборотності або викликаючи певну втрату вигоди у разі її уповільнення. Тому в ході проведення аналізу товарних запасів необхідно не лише охарактеризувати швидкість їх обертання, але також виміряти вплив на неї окремих чинників і визначити суму додаткового прибутку (втрат) у разі прискорення (уповільнення) товарооборотності.

На етапі планування потреби підприємства в товарних ресурсах здійснюється нормування і планування товарних запасів. При цьому розрахунок нормативу товарних запасів здійснюється, як правило, на кінець планового періоду, оскільки вхідні запаси, тобто запаси на початок планового періоду, дорівнюють величині товарних запасів на кінець передпланового періоду.

Основними принципами нормування товарних запасів є:

- оптимальність;
- надійність;
- науковість;
- ефективність;
- реальність.

Метою нормування товарних запасів є визначення їх оптимальних розмірів для забезпечення планового обсягу товарообороту у визначених умовах місця та часу, створення необхідних матеріальних передумов для ритмічного та безперебійного продажу товарів при найменших витратах по їх формуванню, зберіганню, регулюванню.

Планування товарних запасів здійснюється як в днях обороту, так і в грошовому вираженні. При цьому між цими показниками існує прямий взаємозв'язок:

$$TZ_{норм} = \frac{TZ_{пл}}{T_{д.пл}}, \quad (2.39)$$

$$TZ_{пл} = T_{д.пл} \cdot TZ_{норм}, \quad (2.40)$$

де $TZ_{норм}$ – норма товарних запасів в днях обороту, *дн.*;
 $TZ_{пл}$ – планова сума товарних запасів, *грн.*;
 $T_{д.пл}$ – плановий середньоденний товарооборот, *грн.*

Розрахунок норми товарних запасів в днях є процесом нормування товарних запасів, тоді як розрахунок планової суми товарних запасів дістав назву планування товарних запасів. Ці процеси нероздільні і, як правило, один супроводжує інший.

Залежно від використовуваних методів процес планування може бути розпочатий або з нормування товарних запасів в днях, або з обґрунтування планової суми товарних запасів.

Під час планування товарних запасів можуть бути використані різні методи, зокрема:

- економіко-статистичні методи;
- методи експертних оцінок;
- економіко-математичні методи з використанням теорії управління запасами;
- методи техніко-економічних розрахунків.

Найбільш поширеними є перші три методи. Вони базуються на наявній на торговому підприємстві інформації про фактичні товарні запаси і обсяг роздрібного товарообороту.

Метод техніко-економічних розрахунків вважається найбільш складним через труднощі у зборі необхідної інформації, для чого слід проводити спеціальне обстеження підприємства. Тому цей метод має, швидше, теоретичний характер. Він представляє інтерес, передусім тому, що дає уявлення про окремі елементи нормативу товарного запасу.

Використання економіко-статистичного методу передбачає розрахунок нормативу товарного запасу в днях, який здійснюється, як правило, за допомогою ковзаючої середньої.

Різновидом економіко-статистичного методу розрахунку нормативу товарного запасу є метод питомих приростів. Розрахунок планової суми товарного запасу здійснюється за формулою:

$$TЗ_{пл} = \frac{TЗ_{зв} \cdot (T_{пр} \cdot T_{пр3-5} + 100)}{100}, \quad (2.41)$$

де $TЗ_{зв}$ – сума товарного запасу звітнього року, грн;
 $T_{пр}$ – темп приросту роздрібного товарообороту в планованому році порівняно з звітним, %;
 $T_{пр3-5}$ – питомі прирости товарних запасів за попередні 3-5 років.

$$T_{пр3-5} = \frac{\Delta TЗ_{пр.ср}}{\Delta T_{пр.р}}, \quad (2.42)$$

де $\Delta TЗ_{пр.ср}$ – середньорічний темп приросту товарних запасів, %;
 $\Delta T_{пр.р}$ – середньорічний темп приросту роздрібного товарообороту, %.

В основі методу питомих приростів лежить співвідношення у темпах приросту товарних запасів і роздрібного товарообороту. *Товарооборот має зростати випереджаючими темпами порівняно з приростом товарних запасів.* Це співвідношення можна назвати коефіцієнтом еластичності, який, як зміниться товарний запас за умови зміни роздрібного товарообороту на 1%.

Цей же підхід покладений в основу методу розрахунку планової суми товарного запасу за допомогою модифікованої моделі Вільсона (Уілсона) [9]:

$$TЗ = \sqrt{L \cdot T}, \quad (2.43)$$

де $TЗ$ – норма товарних запасів, грн;
 T – роздрібний товарообіг, грн.

Звідси:

$$L = \frac{TЗ^2}{T}, \quad (2.44)$$

де L – коефіцієнт співвідношення товарного запасу та товарообороту.

При вивченні даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [1, 2, 9, 12, 19, 22].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

Визначити точку беззбитковості, якщо фактичний обсяг реалізації у звітному році склав 5877,6 тис. грн. Загальні змінні витрати становили 5763,3 тис. грн, постійні витрати склали 1713,7 тис. грн.

Розв'язання:

1. Визначаємо маржинальний дохід:

$$D_m = 5877,6 - 5763,3 = 114,3 \text{ тис. грн}$$

2. Визначаємо питому вагу маржинального доходу у обсязі реалізації:

$$P_{D_m} = (114,3 : 5877,6) \cdot 100 = 1,9\%$$

3. Визначаємо точку беззбитковості:

$$T_{бз} = (1713,7 / 1,9) \cdot 100 = 90194,7 \text{ тис. грн}$$

Графічно точка беззбиткового обсягу реалізації за звітний рік зображена на рис. 2.1.

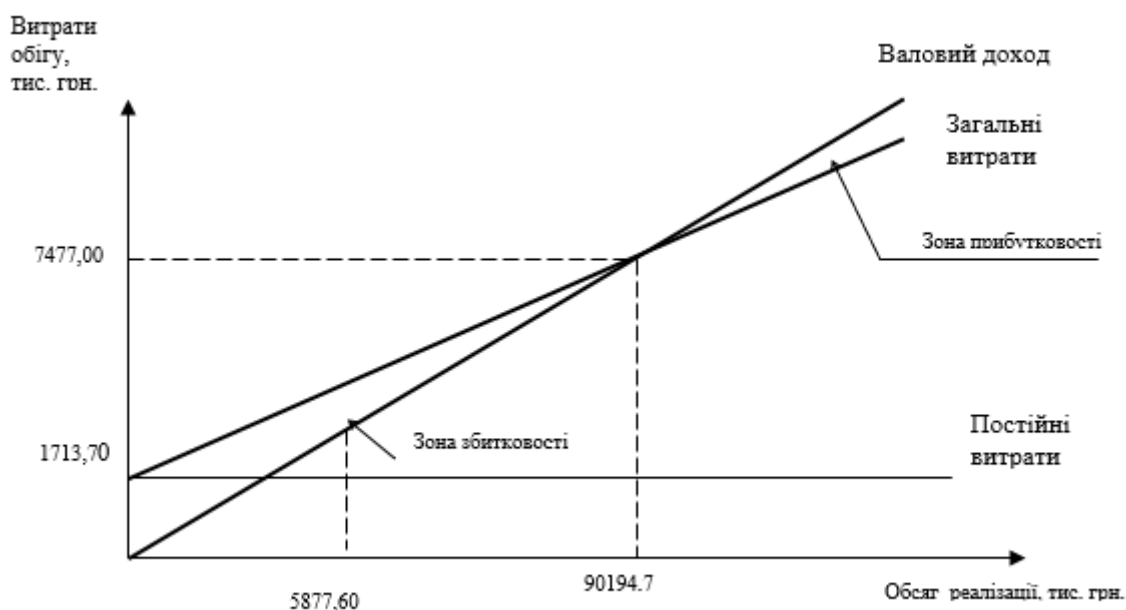


Рис. 2.2. Графічне відображення точки беззбитковості (критичного товарообороту) за даними звітного року

Таким чином, беззбитковий обсяг реалізації продукції у звітному році повинен становити 90194,7 тис. грн. За такого обсягу реалізації продукції підприємство не мало б прибутку, але не мало б і збитку. Як

свідчать дані, у звітному році обсяг реалізації продукції становив 5877,6 тис. грн. Тобто, фактичний обсяг реалізації у звітному році був на 84317,1 тис. грн меншим за беззбитковий (90194,7 – 5877,6 = 84317,1 тис. грн). Таким чином, підприємство отримало збитки від здійснення торговельної діяльності.

ПРИКЛАД 2

Проаналізувати товарооборот торговельного підприємства у розрізі кварталів на прикладі фактичних і планових даних за звітний рік, а також фактичних даних за минулий (попередній) рік за допомогою таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Товарооборот торговельного підприємства

Квартали	Минулий рік		Звітний рік			
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	План		Факт	
			Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %
I	294,0	24,5	292,8	24,0	302,5	24,2
II	297,6	24,8	298,9	24,5	307,5	24,6
III	300,0	25,0	311,1	25,5	321,3	25,7
IV	308,4	25,7	317,2	26,0	318,7	25,5
Всього	1200	100	1220	100	1250	100

Розв'язання:

Питома вага обсягів товарообороту за відповідний квартал у загальній сумі товарообороту розраховується наступним чином:

а) минулий рік, I-й квартал $294 : 1200 \cdot 100 = 24,5\%$;

б) по плану, I-й квартал $292,8 : 1220 \cdot 100 = 24,0\%$;

в) фактично, I-й квартал $302,5 : 1250 \cdot 100 = 24,2\%$.

Динаміку товарообороту (на прикладі I-го кварталу) розраховуємо так:

$$T_p = \frac{T_{зв}}{T_{мін}} \cdot 100 = \frac{302,5}{294,0} \cdot 100 = 102,9\%$$

Відсоток виконання плану розраховуємо аналогічно, порівнюючи фактичні дані товарообороту з плановими.

Зауважимо, що на підставі проведених розрахунків можна зробити висновки (починаючи з підсумкового рядка) про виконання плану, його ритмічність у розрізі окремих кварталів, динаміку (зростання

порівняно з минулим періодом або попередніми роками), простежити зміни частки кожного кварталу у сумі товарообороту за рік порівняно з планом, виявити причини змін, що відбулися.

ПРИКЛАД 3

Проаналізувати товарооборот торговельного підприємства у розрізі окремих відділів підприємства (включаючи дрібно роздрібну мережу).

Таблиця 2.2

Товарооборот торговельного підприємства (тис. грн)

Відділи	Минулий рік	План (звітний рік)		Факт (звітний рік)		% виконання плану	Динаміка товарообороту (%)
		Сума	Питома вага, %	Сума	Питома вага, %		
№1	340	345	28,3	356,3	28,5	103,3	104,8
№2	380	385	31,5	392,5	31,4	101,9	103,3
№3	300	315	25,8	325,0	26,0	103,2	108,3
№4	180	175	14,3	176,2	14,1	100,7	97,9
Разом	1200	1220	100	1250	100	102,5	104,2

За даними таблиці 2.2 можна зробити висновок про те, що план виконано усіма відділами магазину.

Найбільше перевиконання плану реалізації товарів було досягнуто відділом №1 на 3,3%. Має місце зростання товарообороту порівняно з минулим періодом по 1-3 відділам. У четвертому відділі за рахунок змін в асортименті товарів спостерігається зменшення обсягів товарообороту порівняно з минулим періодом на 2,6%.

ПРИКЛАД 4

Фактичний товарооборот торговельного підприємства за звітний період (рік) склав 1250 тис. грн. Товарні запаси на кінець звітного року склали 166,7 тис. грн. Розрахувати рівень товарних запасів у днях обороту.

Розв'язання:

Для розуміння останнього показника – рівня товарних запасів у днях обороту, слід звернути увагу на розрахунок *середньоденного товарообороту*:

$$T_{\partial} = \frac{T}{D} = \frac{1250}{360} = 3,47 \text{ тис. грн}$$

Зауважимо, що в економічних розрахунках прийнято вважати, що в році в середньому 360 днів.

Шляхом ділення суми товарних запасів, яка залишилася на кінець року, на середньоденний товарооборот, одержимо *рівень товарних запасів у днях обороту*.

Формула розрахунку рівня товарних запасів у днях обороту має вигляд:

$$T_{\text{дн.об}} = \frac{TZ_{\text{сер}} \cdot D}{T},$$

де $T_{\text{дн.об}}$ – рівень товарних запасів у днях обороту, днів;

$TZ_{\text{сер}}$ – абсолютна величина товарного запасу на даний період, грн;

T – реалізація товарів (товарооборот) за даний період, грн;

D – кількість днів у періоді, дні.

Отже,

$$T_{\text{дн.об}} = \frac{166,7}{3,47} = 48 \text{ днів}$$

Це означає, що при середній реалізації товарів за день на суму 3,47 тис. грн запасів величиною 166,7 тис. грн вистачить на 48 днів.

Рівень товарних запасів у днях обороту відображає забезпеченість товарообороту товарними запасами.

В процесі аналізу фактичні товарні запаси в сумі і днях обороту порівнюють з *нормативом* і формулюється висновок, чи є достатньою величина товарних запасів для забезпеченості товарообороту, тобто мають місце «занижені товарні запаси» або «понаднормові запаси».

ПРИКЛАД 5

Проаналізувати динаміку товарообороту магазину, якщо товарооборот у минулому році склав 1650 тис. грн, приріст обсягу надходження товарів у звітному році становить 2%, що становить 33 тис. грн, товарні запаси у звітному році знизились на 120 тис. грн. Інші документовані витрати товарів у звітному році склали 12 тис. грн.

Розв'язання:

Товарооборот звітного року знайдемо за допомогою формули балансового зв'язку:

$$H \pm \Delta Z = T + B$$

де H – надходження товарів протягом року, *грн*;
 ΔZ – зміна товарних запасів, *грн*;
 T – обсяг реалізації товарів протягом року, *грн*;
 B – вибуття товарів протягом року, *грн*.

Обсяг надходження товарів:

$$H = \frac{33 \cdot 100\%}{2\%} = 1650 \text{ (тис. грн)}$$

Товарооборот звітного року: $T = 1650 + 120 - 12 = 1758$ (тис. грн)

Динаміка товарообороту: $\frac{1758}{1650} \cdot 100\% = 106,5\%$

Отже, товарооборот магазину в звітному році порівняно з минулим збільшився на 6,5%.

ПРИКЛАД 6

Плани товарообороту тісно пов'язані з показниками плану з праці. Визначимо вплив чисельності працівників і продуктивності праці на зміну товарообороту підприємства в III кварталі звітного року за такими даними:

Таблиця 2.3

Показники	План	Факт	Відхилення (+,-)
Товарооборот, тис. грн	1400	1380	-20
Чисельність працівників, осіб	12	14	+2
Продуктивність праці, тис. грн	116,67	98,57	-18

Розв'язання:

План товарообороту в загальному невиконаний на 20 тис. грн. У тому числі за рахунок зміни:

а) чисельності працівників:

$$Ч = 116,67 \cdot 2 = +233 \text{ (тис. грн)}$$

б) продуктивності праці:

$$Пр = -18,1 \cdot 14 = -253 \text{ (тис. грн)}$$

Висновок: таким чином, збільшення чисельності працівників позитивно вплинуло на зростання товарообороту, проте зниження продуктивності праці, що відбулося, мало визначальний негативний вплив.

Загальний вплив чинників склав: $233 + (-253) = -20$ (тис. грн)

На підставі даних аналізу показників плану роздрібного товарообороту (запаси, реалізація, надходження товарів) та оцінки можливих перспектив розвитку торгівлі у регіоні (чисельність населення, його склад, величина купівельних фондів, зростання заробітної плати, доходів, розвиток торговельної мережі, місцезнаходження даного підприємства, стан розвитку місцевої промисловості та можливості закупівлі товарів в інших регіонах, країнах, зміни індексу цін тощо) здійснюється планування показників роздрібного товарообороту в такій послідовності: планування продажу товарів по загальному обсягу та асортименту; планування товарних запасів на кінець періоду (кварталу, року) в днях і сумі; планування обсягу надходження товарів.

ПРИКЛАД 7

Скласти прогноз товарообороту на наступний рік:

- 1) для торговельного підприємства в цілому;
- 2) для секції «Галантерейні вироби» на наступний рік і на I квартал.

Дані за звітний рік: товарооборот торговельного підприємства склав 5750 тис. грн, зокрема по секції «Галантерейні вироби» – 3450 тис. грн.

Завдання на наступний рік:

- а) товарооборот має зрости на 3%;
- б) питома вага галантерейних виробів у сумі товарообороту збільшиться на 2%;
- в) частка планового товарообороту секції галантерейних виробів у I кварталі відносно річного плану товарообороту цієї ж секції визначена у розмірі 24%.

Розв'язання:

1. Товарооборот на наступний рік:

$$T = 5750 \text{ тис. грн} \cdot 103\% : 100 = 5922,5 \text{ тис. грн}$$

2. Питома вага галантерейних виробів в товарообороту звітного року:

$$3450 \text{ тис. грн} \cdot 100 : 5750 = 60\%$$

3. Питома вага галантерейних виробів у сумі товарообороту, що планується на наступний рік: $60\% + 2\% = 62\%$

4. Товарооборот секції «Галантерейні вироби» у наступному році:

$$T_{28} = 5922,5 \cdot 62\% : 100 = 3672 \text{ тис. грн}$$

5. План товарообороту секції «Галантерейні вироби» на I квартал:

$$T_{пл} = 3672 \text{ тис. грн} \cdot 24\% : 100 = 881,3 \text{ тис. грн}$$

ПРИКЛАД 8

Припустимо, що в групі продовольчих товарів норматив товарних запасів по бакалійних товарах розраховується методом техніко-економічних розрахунків. При цьому є наступна інформація про асортимент і постачання товарів.

Загальна кількість асортиментних різновидів бакалійних товарів на підприємстві – 50 од. при середній ціні 7,50 грн, в кожній партії постачання, яке здійснюється з інтервалом в 3 дні, завозиться 5 од. асортиментних різновидів, що не повторюються.

Час на приймання і підготовку товару до продажу – 0,4 дні, гарантійний запас складає 25% запасу поточного поповнення. Одноденний товарооборот по бакалійних товарах складе в планованому році 3 тис. грн.

Розв'язання:

Розрахунок нормативу товарного запасу здійснюється в наступній послідовності:

$$Q_{пр} = 7,50 \cdot 50 = 375 \text{ грн};$$

$$PЗ_{дн} = (375 + 3000) / 3000 = 1,1 \text{ дн.};$$

$$ЗТП_{дн} = 3 \cdot 50 / 5 = 30 \text{ дн.};$$

$$T_{стр} = 30 \cdot 25\% = 7,5 \text{ дн.};$$

$$T_{норм} = 0,4 + 1,1 + 1/2 \cdot 30 + 7,5 = 24 \text{ дн.};$$

$$TЗ_{пл} = 3 \text{ тис. грн} \cdot 24 \text{ дн.} = 72 \text{ тис. грн}$$

ПРИКЛАД 9

Для торговельного підприємства «Українські ласощі» розрахуйте загальний норматив товарних запасів по кондитерським виробам, виходячи з наступних даних:

1. План продажу кондитерських виробів на IV квартал – 36000 грн.
2. Кількість асортиментних різновидів товару у торговому залі – 30.

3. Кількість різновидів товару, що надходять в середньому в однієї партії товарів – 15.
4. Середня вартість товару одного різновиду – 10,5 грн.
5. Частість завозу кондитерських виробів – 5 днів.
6. Час на прийомку та підготовку товарів до реалізації – 0,4 дня.
7. Страховий (гарантійний запас) – 60% від торгового запасу.

Розв'язання:

1. Середньоденний товарооборот:

$$T_{\partial} = \frac{36000}{90} = 400 \text{ грн}$$

2. Представницький асортиментний набір:

$$Z_{ac} = \frac{\sum m \cdot C_{сер}}{T_{\partial}} = \frac{30 \cdot 10,5}{400} = 0,8 \text{ дня}$$

3. Робочий запас в днях обороту визначається таким чином:

$$TЗ_{рз} = Z_{ac} + Z_{\partial} + Z_{nid} = 0,8 + 1 + 0,40 = 2,2 \text{ (дні)}$$

Зауважимо, що Z_{∂} – запас на одноденну реалізацію у розмірі 400 грн. або 1 день, Z_{nid} – запас на прийомку та підготовку кондитерських виробів до продажу за умовою задачі – 0,4 дні.

1. Період завозу: $t = r \cdot m / n = 5 \cdot 30 / 15 = 10 \text{ днів}$
2. Запас поточного поповнення: $T_{ном} = t / 2 = 10 : 2 = 5 \text{ (днів)}$
3. Страховий (резервний) запас (за умовою $k = 60\%$):

$$T_{стр} = k \cdot (T_{роб} + T_{ном}) = 0,60 \cdot (2,2 + 5) = 4,3 \text{ (днів)}$$

$$T_{норм} = T_{рз} + T_{ном} + TЗ_{стр} = 2,2 + 5 + 4,3 = 11,5 \text{ (днів)}$$

4. Норма товарного запасу в сумі: $11,5 \text{ днів} \cdot 400 \text{ грн.} = 4600 \text{ грн.}$

ПРИКЛАД 10

Розрахувати норматив товарного запасу на кінець планового року на основі модифікованої моделі Уілсона (Вільсона).

Таблиця 2.4

Інформація про товарооборот та товарні запаси

Рік	Товарооборот, тис. грн	Товарний запас, тис. грн
1	2958,0	198,3
2	1587,9	242,2
3	550,5	283,8

Розв'язання:

За даної методики величина товарного запасу визначається за формулою:

$$TЗ = \sqrt{L \cdot T_{об}}$$

де L – коефіцієнт співвідношення товарного запасу та товарообороту.

За даної формули

$$L = TЗ^2 / T_{об}$$

Розрахунок нормативу товарного запасу на кінець планового року визначаємо на основі даних таблиці.

Таблиця 2.5

Розрахунок нормативного товарного запасу за моделлю Уілсона

Роки	Товарооборот, тис. грн	Товарний запас, тис. грн	Коефіцієнт L
1	2958,0	198,3	13,29
2	1587,9	242,2	36,94
3	550,5	283,8	146,3
Середньорічний темп зміни коефіцієнту L , % – 224,7			

Коефіцієнт L на плановий рік складає:

$$L = 146,3 \cdot 224,7 / 100 = 328,7$$

Нормативний товарний запас:

$$TЗ = \sqrt{328,7 \cdot 3549,6} = 1080,1 \text{ тис. грн}$$

ПРИКЛАД 11

Визначити час товарного обертання за IV квартал на підставі наступних даних:

1. Товарооборот магазину за IV квартал поточного року становить 1323 тис. грн.

2. Товарні запаси на 1.10. – 275 тис. грн, 1.11. – 305,5 тис. грн, 1.12 – 357,5 тис. грн, на 1.01. наступного року – 330 тис. грн.

Розв'язання:

1. Середньоденний товарооборот за IV квартал:

$$1323 \text{ тис. грн.} : 90 \text{ днів} = 14,7 \text{ тис. грн}$$

2. Середній товарний запас у IV кварталі:

$$TZ = \frac{\frac{275}{2} + 305,5 + 357,5 + \frac{330}{2}}{4 - 1} = 321,8 \text{ т. грн}$$

3. Час товарного обертання в днях:

$$321,8 \text{ тис. грн} : 14,7 \text{ тис. грн} = 21,9 \text{ днів}$$

4. Час товарного обертання у кількості оборотів середнього товарного запасу:

$$1323 \text{ тис. грн} : 321,8 \text{ тис. грн} = 4,1 \text{ обороти}$$

або

$$90 \text{ днів кварталу} : 21,9 \text{ дня} = 4,1 \text{ обороти}$$

Отже, середній товарний запас розміром 321,8 тис. грн оновлювався на протязі кварталу 4,1 рази.

ПРИКЛАД 12

Необхідно визначити фактичну товарооборотність запасів продовольчого магазину за другий квартал поточного року, якщо товарооборот магазину за перший квартал складає 1323 тис. грн, а динаміка товарних запасів має такий вигляд:

Таблиця 2.6

Інформація про стан товарних запасів

Стан на:	Товарні запаси, тис. грн
1 березня	275
1 квітня	305,5
1 травня	357,5
1 червня	330

Розв'язання:

1. Середньоденний оборот II кварталу:

$$1323 \div 90 = 14,7 \text{ (тис. грн)}$$

2. Середній товарний запас у II кварталі:

$$\frac{\frac{275}{2} + 305,5 + 357,5 + \frac{330}{2}}{3} = 321,8 \text{ (тис. грн)}$$

3. Товарооборотність у днях (час обертання):

$$321,8 \div 14,7 = 21,9 \text{ (дня)}$$

4. Товарооборотність у кількості оборотів:

$$1323 \div 321,8 = 4,1 \text{ (обороти)}$$

або

$$90 \div 21,9 = 4,1 \text{ (обороти)}$$

Висновок: Отже, фактична товарооборотність запасів продовольчого магазину в другому кварталі поточного року становить 4,1 обороти.

ПРИКЛАД 13

Визначити вплив зміни товарних запасів на обсяги товарообороту на підставі наступних даних:

Таблиця 2.7

Інформація про товарні запаси

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Залишок товарів на початок року	1231,0	1537,3
Надійшло товарів за рік	1587,9	1466,3
Реалізовано товарів	1284,9	1433,9

Розв'язання:

У торговельній діяльності на рівень загальних економічних показників, особливо на обсяг товарообороту, суттєво впливає зміна товарних запасів.

Факторами, що впливають на зміну обсягу товарообороту, є забезпеченість ними підприємства та їх швидка реалізація.

Для визначення кількісного впливу зміни товарних запасів на обсяг товарообороту доцільно скласти таблицю товарного балансу.

Таблиця 2.8

Товарний баланс (тис. грн.)

Показники	Зміна, (+,-)	Вплив на обсяг товарообороту	Резерви збільшення товарообороту
Залишок товарів на початок року	+306,3	+306,3	–
Надійшло товарів за рік	–121,6	–121,6	+121,6
Реалізовано товарів	+149,0	–	–
Залишок товарів на кінець року	+32,7	–32,7	+32,7
ВСЬОГО	–	+152	154,3

Дані таблиці свідчать, що у звітному році підприємство достатньо забезпечено товарними запасами. Це призвело до збільшення товарообороту на 152 тис. грн при наявному резерві збільшення товарообороту за рахунок збільшення обсягів закупок товарів на 154,3 тис. грн.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ

за темою «Економічні основи управління товарооборотом, товарними запасами і товарним забезпеченням торговельного підприємства»

ЗАВДАННЯ №1

Товарооборот торговельних організацій міста з населенням 350 тис. осіб. в поточному році склав 132 млн. грн. В наступному році очікується скорочення чисельності населення в умовах демографічної кризи на 1,2%, грошові доходи на душу населення мають зрости на 2,7%. Відомо, що в умовах подорожчання вартості послуг на купівлю товарів населення міста витрачає не більше 52% грошових доходів. Яким має бути в поточному та наступному році товарооборот у розрахунку на душу населення та загальний обсяг товарообороту торговельних організацій міста? Проаналізуйте динаміку товарообороту.

ЗАВДАННЯ №2

Річний план товарообороту торговельного підприємства «Продовольчі товари» встановлений в обсязі 2540 тис. грн, очікуваний товарооборот за даними на 31 грудня склав 2691 тис. грн. Проаналізувати виконання плану товарообороту підприємства та дати оцінку його діяльності на ринку, якщо в організації роботи підприємства на протязі року відбулися зміни:

- з 1 квітня у магазині було встановлено аптечний кіоск. Середньомісячний товарооборот кіоску прогнозувався в обсязі 5 тис. грн. За підсумками року фактичний товарооборот склав 25 тис. грн.

- з 1 серпня на Центральному ринку міста було відкрито філію магазину (намет). Його план товарообороту на місяць складав 4,2 тис. грн. Фактично до кінця року у наметі було реалізовано товарів на суму 29 тис. грн.

ЗАВДАННЯ №3

На підставі даних таблиці визначити для підприємств №1 (продовольчий магазин) і №2 (промтоварний магазин) прогнозний та фактичний час товарного обертання в днях і в кількості оборотів (для I-го кварталу року). Врахувати наступні дані прогнозу та фактичної реалізації товарів за квартал:

Таблиця 2.9

Товарооборот, тис. грн	Підприємство №1	Підприємство №2
Прогнозний	1540	1612
Фактичний	1567	1648

Таблиця 2.10

Дата	Підприємство №1 (продовольчий магазин)		Підприємство №2 (промтоварний магазин)	
	Норматив товарних запасів	Очікуваний товарний запас	Норматив товарних запасів	Очікуваний товарний запас
1.01.	900	1080	1460	1490
1.02.	1150	1319	1521	1488
1.03.	1060	1480	1534	1527
1.04.	1160	1260	1490	1504

Зробити висновки та зазначити причини відхилення від нормативу.

ЗАВДАННЯ №4

За даними таблиці провести порівняльний аналіз ефективності роботи двох торговельних підприємств, які працюють в однакових умовах:

Таблиця 2.11

Показники	Магазин з традиційною формою продажу товарів	Магазин самообслуговування
Товарооборот, тис. грн	2240	2450
Площа торгового залу, м ²	380	400
Чисельність працівників, осіб	32	29
Вартість основних засобів, тис. грн	420,2	490,5

Зробити висновки щодо ефективності застосування форми самообслуговування покупців. Розрахунки (товарооборот на 1м² торгового залу, на одного працівника, на 1 тис. грн вартості основних засобів) та інші дані аналізу оформити таблицею.

ЗАВДАННЯ №5

Відомо, що очікуваний товарооборот підприємства за поточний рік складає *2980 тис. грн*, зокрема по секції гастрономічних товарів – *1051,2 тис. грн*, по секції бакалійно-кондитерських – *763,2 тис. грн*, по секції, що реалізує м'ясо, рибу та овочі – *633,6 тис. грн* (інше припадає на секцію, яка реалізує продукти дитячого харчування). В наступному році планується збільшити товарооборот підприємства на *5%*. При цьому передбачається, що питома вага секції гастрономічних товарів зросте на *0,5%*, а секції, що торгує м'ясом, рибою та овочами – на *3,5%*. Визначити для наступного року прогнозний обсяг (план) товарообороту на наступний рік в цілому та за окремими секціями, розрахувати його динаміку. Розрахунки оформити у таблицю.

ЗАВДАННЯ №6

Проаналізувати стан товарних запасів магазину на кінець кварталу, визначити відхилення від нормативу у днях і сумі, зробити висновки:

1. Товарооборот торговельного підприємства за квартал – *3750 тис. грн*.
 2. Товарні запаси на кінець кварталу – *2110 тис. грн*, у тому числі запаси товарів сезонного попиту – *340 тис. грн*.
 3. Норма товарних запасів – *62 дня*.
- Зробити висновки та пропозиції.

ЗАВДАННЯ №7

На підставі наведених даних визначити товарні запаси на кінець кварталу у сумі і днях обороту та відхилення від нормативу, якщо відомо, що:

- очікуваний товарооборот за квартал складає *9130 тис. грн*;
- запас товарів на початок кварталу *812 тис. грн*;
- надходження товарів на протязі кварталу склало *10105 тис. грн*;
- норма товарних запасів на кінець кварталу – *60 днів*.

ЗАВДАННЯ №8

Відомо, що товарооборот торговельного підприємства за підсумками року фактично склав *2600 тис. грн*; товарні запаси на початок наступного року становлять *162 тис. грн*. Прогнозується збільшити товарооборот в наступному році на *5%*. Питома вага надходження по імпорту у загальному обсязі постачання на протязі

року має скласти 25%. Норма товарних запасів на кінець року – 24 дні до обороту IV кварталу. Питома вага IV кварталу у річному обсязі товарообороту планується в розмірі 28%. Розрахуйте план обсягу надходження товарів до підприємства у наступному році з виокремленням обсягу надходження товарів від закордонних постачальників.

ЗАВДАННЯ № 9

Розрахувати норматив товарного запасу на кінець наступного року на основі модифікованої моделі Вільсона (Уїлсона) на основі даних таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Рік	Товарооборот, тис. грн	Товарний запас, тис. грн
1 рік	3458,5	246,3
2 рік	4063,7	315,9
3 рік	3943,2	295,4

ЗАВДАННЯ № 10

На підставі наведених нижче даних розрахувати загальний норматив товарних запасів для торговельного підприємства «Марк».

Відомо, що план продажу господарчих товарів на IV квартал – 156000 грн; кількість асортиментних різновидів товару у торговому залі – 62; кількість різновидів товару, що надходять в середньому в однієї партії товарів – 12; середня вартість товару одного різновиду – 125,8 грн; частота завозу будівельних матеріалів та господарчих товарів – 9 днів; час на прийомку та підготовку товарів до реалізації – 1,4 дні; страховий (гарантійний запас) – 30% від торгового запасу.

3. ОСНОВНІ ЗАСОБИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виконання робіт та надання послуг з реалізації товарів населенню та іншим споживачам здійснюється в процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва – засобів праці та предметів праці.

Однією з основних складових частин матеріальних ресурсів є матеріально-технічна база, використання, розвиток і розміщення якої значною мірою визначає кінцеву ефективність фінансово-господарської діяльності торгового підприємства. Основу матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі створюють основні засоби, що багаторазово беруть участь у процесі торгівлі та, діючи протягом тривалого періоду часу, переносять свою вартість на ціну товару.

Основні засоби торговельних підприємств – це сукупна вартість матеріально-речових цінностей виробничого і невиробничого призначення, необхідних для виконання торговельними підприємствами своїх функцій (матеріальні засоби праці, які мають вартість, функціонують у виробничому процесі тривалий час, не змінюючи при цьому своїх форм і розмірів, а свою вартість переносять на вартість продукції (послуг) поступово, шляхом амортизаційних відрахувань).

У процесі експлуатації основні засоби втрачають споживчі якості та техніко-експлуатаційні властивості. Вартість основних засобів торгівлі по мірі їх зносу частинами включається до витрат обігу і таким чином входить у вартість реалізованих товарів. В процесі реалізації товарів і відбувається звернення частини вартості основних засобів торгівлі. Тривалість використання основних засобів коливається від року до десятків років, тобто основні засоби переносять свою вартість на товар протягом тривалого часу.

Час, протягом якого здійснюється оборот основних засобів, називається *терміном їх служби*. Вартість основних засобів, яка перенесена на реалізовані товари протягом терміну служби, утворює амортизаційний фонд.

У цілях обліку, планування відтворення, проведення переоцінок і інвентаризацій основні засоби класифікують за ознаками.

Класифікація основних засобів

Ознаки	Види
1	2
За підгалуззями торгівлі	<ul style="list-style-type: none"> • роздрібних торговельних підприємств • підприємств оптової торгівлі • масового харчування
За участю в торгово-технологічному процесі	<ul style="list-style-type: none"> • активні • пасивні
За приналежністю до торговельних підприємств	<ul style="list-style-type: none"> • власні • орендовані • безоплатно надані
За призначенням	<ol style="list-style-type: none"> 1. Будівлі – архітектурні будівельні об'єкти, що забезпечують умови праці торгових працівників, зберігання, підробітки і підготовки товарів до продажу; 2. Споруди – інженерно-будівельні об'єкти, необхідні для здійснення торгово-технологічних процесів (залізничні колії, естакади, рампи); 3. Передавальні пристрої, всі пристрої, за допомогою яких здійснюється передача енергії, тепла та ін. (електромережі, газові мережі, телефонні мережі, водопровідні мережі); 4. Машини та обладнання (торгові автомати, ваговимірювальні прилади та контрольно-касові апарати, фасувальне обладнання); 5. Інструмент – механізовані і немеханізовані знаряддя ручної праці (візки, штабелери); 6. Виробничий інвентар і приналежності (робочі столи, прилавки, ємності для зберігання рідких та сипучих товарів); 7. Транспортні засоби; 8. Господарський інвентар – предмети конторського та господарського обзаведення (сейфи, конторська меблі); 9. Робоча і продуктивна худоба; характерні для торгових 10. Багаторічні насадження підприємств, мають підсобні господарства на своєму балансі.
За характером використання	<ul style="list-style-type: none"> – виробничі – невиробничі засоби
Залежно від джерел фінансування	<ul style="list-style-type: none"> – основні засоби, внесені до статутного фонду підприємства його засновниками (передані в порядку оплати акції). – основні засоби, придбані протягом діяльності підприємства за рахунок власних коштів. – основні засоби, придбані за рахунок довгострокових кредитів та інших позикових коштів. – безоплатно отриманні основні засоби (в порядку спонсорської, безплатної фінансової допомоги тощо).

Продовження таблиці 3.1

1	2
Залежно від стану фактичного використання	– використовуються в основній господарській діяльності; – здані в оперативну або фінансову оренду (лізинг); – такі, що тимчасово не використовуються

Облік та оцінка засобів праці здійснюється в 2-х формах:

– натуральній, що використовується для обліку та планування окремих груп основних засобів;

– вартісній, яка необхідна для визначення загального обсягу основних засобів, їхньої динаміки і структури, розрахунку економічних показників господарської діяльності підприємства за певний період.

Первісна вартість основних засобів – це вартість, що складається з витрат на будівництво чи придбання, включаючи витрати по їхній доставці й установці, а також інші витрати, необхідні для доведення даного об'єкта до стану готовності до експлуатації по призначенню.

$$OZ_{перв} = B_{пр} + B_{вд} + B_{уст} \quad (3.1)$$

де $OZ_{перв}$ – первісна вартість основних засобів, грн;

$B_{пр}$ – вартість придбання об'єкта основних засобів, включаючи збори, мита, непрямі податки, грн;

$B_{вд}$ – вартість доставки (транспортування);

$B_{уст}$ – витрати на установку, монтаж і доведення до необхідного стану основних фондів.

Відновна вартість основних засобів – це вартість їхнього відтворення в сучасних умовах.

Залишкова вартість являє собою різницю між первісною чи відновною вартістю і сумою зносу, якому піддаються основні засоби, тобто це та частина вартості основних засобів, що ще не перенесена на вироблену продукцію.

$$OZ_{зал} = OZ_{перв} - Z_n = OZ_{перв} - \frac{OZ \cdot H_a \cdot T_{сл}}{100} \quad (3.2)$$

де $OZ_{зал}$ – залишкова вартість основних засобів, грн;

Z_n – сума спрацювання основних засобів, грн;

H_a – норма амортизації, %;

$T_{сл}$ – термін корисного використання (служби) основних засобів, років.

Ліквідаційна вартість – сума коштів, яку підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) елементу основних засобів після закінчення терміну його корисного використання, після вирахування очікуваних витрат, пов'язаних з ліквідацією.

Під терміном «амортизація» основних засобів слід розуміти поступове віднесення витрат на їх придбання, виготовлення або поліпшення, на зменшення скоригованого прибутку платника податку у межах норм амортизаційних відрахувань.

Амортизаційні відрахування – це грошове вираження вартості зносу власних основних засобів торговельних підприємств. Амортизації підлягають витрати на:

– придбання основних засобів для власного виробничого використання;

– самостійне виготовлення основних засобів для власних виробничих потреб, включаючи витрати на виплату заробітної плати працівникам, які були зайняті на виготовленні таких основних засобів;

– проведення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів поліпшення основних засобів. Об'єктом амортизації є вартість основних засобів (окрім вартості землі і незавершених капітальних інвестицій).

Нарахування амортизації здійснюється протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта, який встановлюється підприємством при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс), і призупиняється на період його реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації.

Амортизація основних засобів нараховується із застосуванням таких методів:

1) прямолінійного, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів;

2) зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Річна норма амортизації обчислюється як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату від ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість;

3) прискореного зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта

на початок звітнього року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється, виходячи із строку корисного використання об'єкта, і подвоюється;

4)кумулятивного, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта.

Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта основних засобів, на суму числа років його корисного використання;

5)виробничого, за яким місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу реалізації та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг реалізованих товарів, який підприємство очікує виконати з використанням об'єкта основних засобів.

Для оцінки ефективності використання засобів доцільно використати як загальні показники, що характеризують ефективність використання усієї сукупності засобів, так і часткові, що характеризують ефективність використання окремих груп засобів.

Таблиця 3.2

Загальні показники оцінки ефективності використання основних засобів

Показник	Характеристика	Формула
1	2	3
Фондовіддача	показує, яка віддача від використання кожної грн, витраченої на основні засоби, наскільки ефективно вони використовуються на підприємстві.	$\Phi_v = \frac{T}{\overline{OЗ}}$ <p>де T – вартість реалізованих за рік товарів, грн; $\overline{OЗ}$ – середньорічна вартість основних засобів, грн.</p>
$\overline{OЗ} = OЗ_n + \sum_{i=1}^n OЗ_{vi} \cdot \frac{H_{vi}}{12} - \sum_{i=1}^n OЗ_{viv} \cdot \frac{H_{viv}}{12}$ <p>де $OЗ_n$ – вартість основних засобів на початок року, грн; $OЗ_{vi}$ – вартість основних засобів, що вводяться на протязі року, грн; $OЗ_{viv}$ – вартість виведених основних засобів протягом року, грн; H_v – кількість повних місяців до кінця року, протягом яких будуть функціонувати введені основні засоби; H_{viv} – кількість повних місяців до кінця року з моменту виведення з експлуатації основних засобів.</p>		

Продовження таблиці 3.2

1	2	3
Фондоємність	величина, зворотна фондовіддачі. Показує, скільки витрачено гривень основних засобів на забезпечення 1 грн. товарообороту	$\Phi_e = \frac{\overline{OЗ}}{T}$ де $\overline{OЗ}$ – середньорічна вартість основних засобів, грн; T – товарооборот підприємства, грн.
Фондоозброєність праці	характеризує технічний рівень підприємства	$\Phi_o = \frac{\overline{OЗ}}{Ч}$ де $Ч$ – середньооблікова чисельність торгового персоналу, осіб
Рентабельність основних засобів	показує який прибуток отримує підприємство на кожну грошову одиницю інвестованих в основні засоби коштів, тобто наскільки ефективними є капіталовкладення підприємства	$R_{OЗ} = \frac{П_p}{\overline{OЗ}} \cdot 100$ де $П_p$ – сума прибутку, грн.

Окрім загальних показників, які характеризують ефективність використання усієї сукупності основних засобів, застосовуються часткові показники використання окремих видів засобів.

Так, використання торгово-виробничих приміщень характеризується наступними показниками:

- товарообіг на 1 м² загальної площі,
- товарообіг на 1 м² торгової площі,
- товарообіг на одне посадочне місце (підприємства громадського харчування),
- співвідношення площі торгового залу і посадочних місць,
- прибуток на 1 м² загальної площі,
- прибуток на 1 м² торгової площі.

Показниками використання устаткування торгівлі є:

- коефіцієнт змінності роботи устаткування,
- коефіцієнт використання встановленого устаткування,
- коефіцієнт використання потужності устаткування та ін.

Стратегічною метою управління основними засобами підприємства є забезпечення максимально ефективного їх використання при мінімальних витратах на їх утримання та обслуговування.

Розрахунки потреби в окремих видах та елементах основних засобів торговельного підприємства узагальнюються в спеціально розробленому плані розвитку матеріально-технічної бази.

Основними розділами такого плану є:

- план розвитку торгової площі;
- план розвитку складського господарства;
- план технічного оснащення торгового підприємства.

Основними методами розробки цього плану є:

Нормативний метод, заснований на нормативах товарообігу на 1 м² торгової площі або нормативах торгової площі на 1000 жителів (при плануванні на регіональному рівні).

Факторно-аналітичний метод, в основі якого лежить вивчення потреби в торговій площі з урахуванням обсягу товарообігу та якості стандарту торгового обслуговування.

План розвитку складського господарства визначає потребу підприємства в розширенні ємності (у м³) загально-товарних та спеціалізованих складів.

Потреба підприємства в розвитку складів визначається за нормативами або на основі проведення технічно-економічних розрахунків, виходячи з встановлених нормативів товарних запасів, які мають зберігатися на складах підприємств, розрахункових коефіцієнтів складського об'єму, потрібного для зберігання одиниці товарних запасів відповідного товарного асортименту, коефіцієнта корисного використання складського об'єму.

План технічного оснащення торгового підприємства визначає потребу в модернізації активної частини основних засобів підприємства. Під час вирішення цього завдання виходять з того, що кожна одиниця обладнання, яка додатково вводиться, функціонує не самостійно, відокремлено, а повинна логічно «вжитися» в наявну систему або в ту систему обладнання підприємств, що формується.

Потреба у прирості основних засобів підприємства може бути задоволена різними шляхами:

- придбанням потрібних основних засобів у власність;
- будівництвом основних засобів;
- орендою (лізингом) потрібного обладнання та площі.

Для економічного обґрунтування того чи іншого варіанту розробляється бізнес-план відповідного інвестиційного проекту та оцінюється економічна ефективність його реалізації.

При вивченні даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 16].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

Основні засоби магазину на початок року становили 650 тис. грн. Вибуття основних засобів в результаті зносу на 1 квітня склало 120 тис. грн, а 1 жовтня магазин придбав торгове обладнання на 160 тис. грн. Визначити середньорічну вартість основних засобів.

Розв'язання:

За формулою з табл. 3.2. визначимо середньорічну вартість основних засобів

$$\overline{OЗ} = OЗ_n + \sum_{i=1}^n OЗ_{ei} \cdot \frac{H_{ei}}{12} - \sum_{i=1}^n OЗ_{виб} \cdot \frac{H_{виб}}{12} = 650 + \frac{160 \cdot 3 - 120 \cdot 9}{12} = 600 \text{ тис. грн}$$

Середньорічна вартість основних засобів становить 600 тис. грн.

ПРИКЛАД 2

Вартість основних засобів магазину на 1 січня склала 250 тис. грн, сума нарахованої амортизації 100 тис. грн. Визначити коефіцієнти зносу та придатності.

Розв'язання:

$$K_з = \frac{A_p}{\overline{OЗ}}$$

де A_p – сума нарахованої амортизації, грн;

$\overline{OЗ}$ – середньорічна вартість основних засобів, грн;

$$K_з = 100 \text{ тис. грн} : 250 \text{ тис. грн} = 0,4$$

$$K_{np} = 1 - K_з$$

$$K_{np} = (250 \text{ тис. грн (зал. варт.)} : 250 \text{ тис. грн}) - 0,4 = 0,6$$

Перевірка:

в сумі значення $K_з$ та K_{np} повинно становити 1,0.

ПРИКЛАД 3

Основні засоби оптової бази на початок року склали 900 тис. грн. У квітні знято з експлуатації та реалізовані на сторону об'єкти на суму 150 тис. грн, у липні придбано холодильне обладнання вартістю 90 тис. грн, з жовтня введено в експлуатацію вантажно-транспортне обладнання вартістю 300 тис. грн.

Розрахувати середньорічну вартість основних засобів, коефіцієнти оновлення, вибуття, приросту.

Розв'язання:

Середньорічна вартість основних засобів становить:

$$\overline{OЗ} = OЗ_n + \sum_{i=1}^n OЗ_{ei} \cdot \frac{H_{ei}}{12} - \sum_{i=1}^n OЗ_{eiv} \cdot \frac{H_{eiv}}{12} = 887,5 \text{ тис. грн}$$

$$K_{он} = \frac{OЗ_{прид}}{OЗ_{кін.року}} = \frac{390}{1140} = 0,34$$

$$K_{виб} = \frac{OЗ_{виб}}{OЗ_{поч.року}} = \frac{150}{900} = 0,17$$

$$K_{прир} = \frac{OЗ_{прид} - OЗ_{виб}}{OЗ_{кін.року}} = \frac{900 + 300 - 150}{1140} = 0,21$$

ПРИКЛАД 4

Обладнання вартістю 11 тис. грн з річною нормою амортизації 12% після використання протягом 3 років списане з експлуатації. Розрахувати залишкову вартість обладнання.

Розв'язання:

Спочатку обчислимо суму амортизації за 3 роки експлуатації обладнання.

$$A = \frac{OЗ_{перв} \cdot H_a}{100} = \frac{11 \cdot 12}{100} \cdot 3 = 3,96 \text{ тис. грн}$$

Залишкова вартість об'єкта на момент списання становить

$$OЗ_{зал} = OЗ_{перв} - Z_n = 11 - 3,96 = 7,04 \text{ тис. грн}$$

ПРИКЛАД 5

Придбано об'єкт основних засобів вартістю 100 тис. грн з терміном корисного використання 5 років.

Розрахувати суми щорічних амортизаційних відрахувань способом прискореного зменшення залишкової вартості.

Розв'язання:

Річна норма амортизації за лінійним методом нарахування амортизації складає 20% (100% : 5 років). За прискореним методом

дане значення подвоюється. Таким чином $N_a = 40\%$.

Амортизація за роками становить:

за 1-й рік: $100 \text{ тис. грн} \cdot 40\% = 40 \text{ (тис. грн)}$,

за 2-й рік: $(100 \text{ тис. грн} - 40 \text{ тис. грн}) \cdot 40\% = 24 \text{ (тис. грн)}$,

за 3-й рік: $(100 - 40 - 24) \cdot 40\% = 14,4 \text{ (тис. грн)}$,

за 4-й рік: $(36 - 14,4) \cdot 40\% = 8,64 \text{ (тис. грн)}$,

за 5-й рік: $(21,6 - 8,64) \cdot 40\% = 5,18 \text{ (тис. грн)}$

ПРИКЛАД 6

Визначити узагальнюючі показники ефективності використання основних виробничих засобів торгового підприємства, якщо середньорічна вартість об'єктів склала 17451 тис. грн .

Підприємством реалізовано товарів на суму 52300 тис. грн . Торгового персоналу підприємства налічується 212 осіб .

Витрати обігу на реалізацію товарів становлять 48600 тис. грн .

Підприємство планує додатково залучити до реалізації ще 10 осіб , при цьому обсяги реалізованих товарів зростуть на 2% .

Визначити узагальнені показники з урахуванням зазначених змін та охарактеризуйте отримані показники.

Розв'язання:

До узагальнюючих показників ефективності використання основних виробничих засобів, які можна обчислити відповідно до умов задачі, відносяться: фондівдача, фондоемність, фондоозброєність праці та рентабельність активів.

Розрахуємо показник фондівдачі до передбачуваних змін за формулою:

$$\Phi_{\epsilon 1} = T_1 / OZ_{cp} = 52300 / 17451 = 2,99.$$

Розрахуємо показник фондівдачі після здійснених змін за формулою:

$$\Phi_{\epsilon 2} = T_2 / OZ_{cp} = 52300 \cdot 1,02 / 17451 = 3,06.$$

Отже, фондівдача зростає пропорційно зростанню обсягів товарообороту підприємства на 2% ($3,06 / 2,99 = 1,02$).

Обчислимо показник фондоемності до передбачуваних змін за формулою:

$$\Phi_{\epsilon 1} = 1 / \Phi_{\epsilon 1} = 1 / 2,99 = 0,333$$

Після вжитих заходів фондоємність складе:

$$\Phi_{e2} = 1/\Phi_{e1} = 1/3,06 = 0,327,$$

тобто зменшиться на 1,8% – пропорційно зростанню товарообороту підприємства $(0,327/0,333 \cdot 100 - 100)$.

Фондоозброєність праці до здійснених перетворень розрахуємо за формулою:

$$\Phi_{o1} = OZ_{cp}/Ч_1 = 17451000/212 = 82316 \text{ грн/людину.}$$

Після залучення до виробництва нових працівників фондоозброєність праці зменшується на 4,5% $(78608/82316 \cdot 100 - 100)$.

$$\Phi_{o2} = OZ_{cp}/Ч_2 = 174511000/222 = 78608 \text{ грн/людину}$$

Рентабельність основних засобів підприємства до змін розрахуємо за формулою:

$$R_{oz1} = \frac{\Pi}{OZ_{cp}} \cdot 100\% = \frac{T_1 - B_{об}}{OZ_{cp}} \cdot 100\% = \frac{52300 - 48600}{17451} \cdot 100 = 21,2\%.$$

$$R_{oz2} = \frac{\Pi}{OZ_{cp}} \cdot 100\% = \frac{T_2 - B_{об}}{OZ_{cp}} \cdot 100\% = \frac{52300 \cdot 1,02 - 48600}{17451} \cdot 100 = 27,2\%.$$

Отже, можна зробити висновки:

- після збільшення товарообороту на 2% рентабельність основних виробничих засобів зростає на 6% $(27,2\% - 21,2\%)$;
- на досліджуваному підприємстві основні засоби використовуються ефективно, керуючись в своїх висновках високими показниками фондовіддачі, фондоозброєності та рентабельності основних засобів та низьким показником фондоємності;
- запропоновані на підприємстві заходи підвищують ефективність діяльності в межах вказаних змін.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ

за темою «Основні засоби торговельних підприємств»

ЗАВДАННЯ 1

Згідно балансовим даним вартість основних засобів підприємства склала: на початок 1 кварталу 500 тис. грн; на початок 2 кварталу 950 тис. грн; на початок 3 та 4 кварталів по 600 тис. грн.

Визначити середньорічну вартість основних засобів підприємства.

ЗАВДАННЯ 2

Підприємство придбало об'єкт основних засобів вартістю 100 тис. грн. Термін корисного використання 5 років. Розрахувати суми річних амортизаційних відрахувань кумулятивним методом.

ЗАВДАННЯ 3

Середньорічна вартість основних засобів магазину 600 тис. грн. Річний обсяг товарообороту 3000 тис. грн, прибуток 150 тис. грн. Середньооблікова чисельність працівників 10 осіб. Розрахувати показники ефективності використання основних засобів.

ЗАВДАННЯ 4

На початок звітного року вартість основних засобів становила 1207 тис. грн. У вересні звітного року введено в дію нове обладнання вартістю 210 тис. грн, у листопаді того ж року виведено з експлуатації об'єкти основних засобів вартістю 62 тис. грн. Обсяг реалізованих товарів у звітному році становив 2250 тис. грн, сума амортизаційних відрахувань – 175 тис. грн.

Визначити всі можливі показники ефективності використання та відтворення основних засобів у звітному році.

4. КАДРОВА ПОЛІТИКА, ПЕРСОНАЛ, ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА ОПЛАТА ПРАЦІ

Кадрова політика торговельного підприємства – це сукупність заходів, спрямованих на формування кадрового потенціалу підприємства, поліпшення його якості та ефективне використання в інтересах зростання товарообороту, рентабельності підприємства та кращого задоволення потреб споживачів в товарах та послугах.

В сучасних умовах професійно-кваліфікаційний склад і структура персоналу знаходяться у центрі уваги менеджерів, оскільки на підприємство впливає низка різноманітних чинників, зокрема:

- відбуваються швидкі зміни форм торгівлі, асортименту, якості товарів, що потребує зміни компетентностей персоналу;

- зростає попит на кваліфіковану робочу силу, що пов'язано із швидкими темпами оновлення продукції, цифровізацією робочих місць, торгово-технологічних процесів тощо;

- спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів, протиріччя між реальним попитом у кадрах та їх пропозицією на ринку праці;

- в умовах цифровізації економіки підвищуються вимоги до навчання та перенавчання персоналу, володіння цифровими навичками, сучасними методами торговельного обслуговування.

Кадрова політика підприємства має врахувати зазначені чинники та високу конкуренцію. Основна мета кадрової політики полягає у забезпеченні кожного робочого місця і посади персоналом відповідної професії, спеціальності і, головне – кваліфікації.

Кадрова політика, як правило, здійснюється на основі проведення структурного аналізу професійно-кваліфікаційного складу персоналу. Структурний аналіз персоналу базується на врахуванні рівня кваліфікації, вікового складу, тривалості трудового стажу працівників, співвідношення працівників за статтю. Також при розробці кадрової політики оцінюється ефективність використання робочого часу на підприємстві, коефіцієнти плинності кадрів, прогнози зайнятості в регіоні та ін.

Отже, основною частиною кадрової політики є *управління персоналом*, що включає: планування потреби в певних категоріях персоналу; набір та відбір персоналу; визначення заробітної плати і пільг; професійна орієнтація і адаптація працівників до конкретних умов роботи; забезпечення процесу навчання персоналу; оцінку персоналу та результатів трудової діяльності; підвищення або пониження в посаді, переміщення або звільнення працівників.

Особлива роль у системі управління персоналом належить набору, підготовці і перепідготовці кадрів, оцінці персоналу. Здійснюючи набір необхідних підприємству категорій працівників, використовують зовнішні та внутрішні джерела.

Персонал – це сукупність осіб (працівників), що працюють на певному підприємстві та вкладають свою працю, фізичні та розумові здібності, набуті знання та навички у виконання закріплених за ними трудових функцій, проведення господарсько-фінансової діяльності підприємства, реалізацію його статутних завдань (закупівлю та реалізацію товару, виробництво продукції, надання послуг та інше).

Таблиця 4.1

Класифікація персоналу підприємства

Ознака	Характеристика
1	2
За характером участі у господарській діяльності підприємства	<p>Персонал основного виду діяльності або виробничий персонал та персонал неосновного виду діяльності (невиробничий персонал). У торгівлі до складу першої групи відносяться всі працівники, зайняті закупівлею, транспортуванням, зберіганням, підготовкою та реалізацією товарів, виконанням інших господарських функцій, пов'язаних із торгово-технологічною діяльністю підприємства та його функціонуванням в якості самостійного суб'єкта ринку.</p> <p>Невиробничий персонал не пов'язаний з основною діяльністю підприємства, хоча належить до штату підприємства та фінансується за його рахунок. До складу цієї групи входять працівники, які працюють на об'єктах соціальної інфраструктури підприємства – у лікувально-профілактичних та рекреаційних закладах, об'єктах житлово-комунального господарства, навчальних закладах, дитячих комбінатах тощо.</p> <p>Наведене групування персоналу потрібне для визначення джерел та порядку оплати праці, узгодження їх розмірів із показниками діяльності.</p>
Залежно від функцій	<p><i>Торгово-оперативний персонал та допоміжний.</i></p> <p><i>Персонал управління торгового підприємства:</i> керівники, спеціалісти, службовці.</p> <p><i>Керівники</i> – працівники, що займають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів. До них відносяться директор (завідувач) та його заступники, начальники підрозділів апарату управління (бухгалтерії, планово-економічного, фінансового, комерційного відділів, відділу кадрів, маркетингу, технічної служби, завідувачі оперативними підрозділами (секціями, філіями, складами).</p> <p><i>Спеціалісти</i> – працівники, які мають належну спеціальну підготовку та займаються інженерно-технічними, економічними, комерційними та іншими спеціальними роботами – фінансисти, юристи, маркетологи.</p> <p><i>Службовці</i> – працівники, зайняті оформленням документації, обліком та контролем, господарським обслуговуванням.</p>

Продовження таблиці 4.1

1	2
Залежно від напрямку спеціальної підготовки	Розподіл персоналу за професіями та спеціальностями. <i>Професія</i> – це вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідного комплексу спеціальних знань та практичних навичок. <i>Спеціальність або спеціалізація</i> – це більш вузький різновид трудової діяльності у межах певної професії. Керівники і спеціалісти торгового підприємства, як правило, мають вищу освіту за такими професіями: економіст, бухгалтер, маркетолог, фінансист, товарознавець, юрист. Працівники торгово-оперативного персоналу мають спеціальну підготовку за професіями: продавець, касир, продавець-касир, контролер-касир, консультант продовольчих або непродовольчих товарів.
Залежно від кваліфікаційного рівня	Спеціалісти вищої та середньої кваліфікації, спеціалісти-практики, висококваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані та некваліфіковані робітники.
Залежно від займаної посади	Групи відповідно до посадового розкладу підприємства.
За стажем роботи в торгівлі	До 1 року, від 1 до 3 років, від 3 до 10 років, понад 10 років. З конкретною метою управління персоналом це групування може бути деталізоване.
Залежно від характеру трудових відносин	Постійних і тимчасових. До складу постійних зараховують працівників, для яких робота на цьому підприємстві є основним місцем, та працівників, що працюють за сумісництвом, тобто поєднують роботу на певному підприємстві з роботою в інших місцях. До складу тимчасових працівників належать ті, що працюють на контрактних умовах.

Оцінка персоналу періодично проводиться з метою перевірки відповідності працівника своїй посаді, робочому місцю за своїми знаннями, вміннями, рівнем кваліфікації. За результатами такої оцінки на підприємствах здійснюють атестацію і сертифікацію персоналу. Для підвищення рівня кваліфікації організують професійне навчання і перенавчання робітників, для керівників і фахівців – підвищення кваліфікації на курсах, семінарах, перепідготовку у закладах освіти, стажування на передових підприємствах, за кордоном.

В процесі аналізу чисельності персоналу, використання робочого часу і продуктивності праці розрізняють облікову, наявну і середньооблікову чисельність.

Облікова чисельність – це чисельність усіх працівників, що рахується в штаті підприємства на певну дату. До облікового складу включаються усі працівники, прийняті на постійну, сезонну або тимчасову роботу.

Наявна чисельність – це мінімальна чисельність персоналу, яка повинна обслуговувати торгово-технологічний процес.

Середньооблікова чисельність – це чисельність персоналу, визначена в середньому за відповідний період (місяць, квартал, рік).

Чисельність керівників, спеціалістів, службовців визначається на основі затвердженого на підприємстві штатного розпису, в якому встановлюється кількість працівників у кожній із вказаних груп згідно з діючими нормативами чисельності.

Важливим моментом в обчисленні чисельності робітників підприємства є правильне встановлення дійсного (корисного) фонду часу роботи одного середньоспискового працівника. Цей фонд визначається шляхом складання балансу робочого часу середньоспискового працівника.

Під час планування чисельності продавців, касирів, контролерів-касирів визначають наявну і середньооблікову чисельність. В процесі розрахунку чисельності цих працівників використовується показник умовного робочого місця. При його визначенні використовують показники середньої площі одного умовного робочого місця (у продовольчій торгівлі – 20 м², у непродовольчій – 21,5 м²). До наявної чисельності включають працівників, які щодня мають бути на роботі впродовж робочого часу з урахуванням часу, що витрачається на підготовчо-завершальні операції.

Розрахунок наявної чисельності здійснюється за формулою:

$$Ч_n = \frac{P_m(t_{pm} + t_{nz})}{t_m}, \quad (4.1)$$

де $Ч_n$ – наявна чисельність працівників, осіб;

P_m – умовна кількість робочих місць, од.;

t_{pm} – час роботи магазину в тиждень, год.;

t_{nz} – час завершально-підготовчих операцій, год.;

t_m – планова тривалість робочого тижня одного працівника, год.

Для розрахунку середньооблікової чисельності використовується формула:

$$Ч_{co} = Ч_n \cdot \frac{\Phi_n}{\Phi_n} \quad (4.2)$$

де $Ч_{co}$ – середньооблікова чисельність працівників, осіб;

$Ч_n$ – наявна чисельність працівників, осіб;

Φ_n – повне число робочих днів на 1 працівника в рік (номінальний фонд), дн.;

Φ_n – плановий корисний фонд робочого часу на 1 працівника в рік, дн.

Аналіз чисельності персоналу здійснюється у взаємозв'язку з аналізом продуктивності праці, яка характеризує ефективність використання трудових ресурсів. В процесі вивчення чисельності і складу працівників аналізується їх динаміка, а також зміна по періодах. Особливо це стосується підприємств, що здійснюють торгівлю сезонними товарами.

Для характеристики ефективності використання трудових ресурсів можуть використовуватися наступні показники:

- чисельність персоналу минулого і звітних років ($Ч_0, Ч_1$);
- товарооборот минулого і звітних років (T_0, T_1);
- продуктивність праці минулого і звітних періодів (виробіток одного працівника – B_0, B_1).

Найбільш загальним та універсальним показником, який відображає ефективність використання трудових ресурсів (персоналу) підприємства є продуктивність праці працівників.

У загальному розумінні *продуктивність праці* характеризує її результативність, тобто оцінює результат праці, отриманий на одиницю витрат, пов'язаних із використанням трудових ресурсів підприємства.

У вузькому розуміння, *продуктивність праці* – обсяг реалізації товарів одним працівником за одиницю робочого часу або кількість робочого часу, що витрачається на реалізацію одиниці товарообороту.

Різноманітність підходів до вивчення результатів праці в торгівлі та оцінки розмірів використання трудових ресурсів обумовила формування системи показників продуктивності праці.

Найбільш розповсюдженим показником продуктивності праці працівників торгового підприємства є *виробіток*, який визначається середнім розміром товарообороту на одного працівника підприємства за певний проміжок часу:

$$B = \frac{T}{Ч_{co}}, \quad (4.3)$$

де B – продуктивність праці (виробіток одного працівника), грн;
 T – товарооборот, грн.

При аналізі продуктивності праці розглядають товарооборот на одного працівника в цілому по підприємству, у тому числі на одного працівника торгово-оперативного персоналу. При цьому доцільно враховувати вплив таких чинників як зміну структури товарообороту, склад торгової мережі, ціни тощо.

Вплив на чисельність працівників зміни обсягу товарообороту і виробітку визначається за допомогою способу ланцюгових підстановок, ввівши показник розрахункової чисельності ($Ч_p$).

Чисельність персоналу залежить від трудомісткості товарообороту, його структури, внутрішньогрупового асортименту товарів, що реалізуються.

Аналіз чисельності персоналу припускає також аналіз використання робочого часу. Рациональне використання робочого часу, скорочення його втрат не лише підвищує ефективність використання кадрів, але і є важливим резервом росту продуктивності праці. Аналіз використання календарного фонду часу працівників здійснюється за даними табельного обліку. Потім з урахуванням святкових і вихідних днів визначається число відпрацьованих працівниками людино-годин.

Завершується аналіз використання робочого часу визначенням недоотриманих сум у зв'язку з нез'явленнями і втратами робочого часу. При цьому визначаються нез'явлення по хворобі і втрати робочого часу, а також втрачена можливість отримання додаткового товарообороту і прибутку.

Успішність будь-якої трудової діяльності характеризується її ефективністю. Ефективність використання трудових ресурсів, зайнятих в торгівлі, виражається наступними показниками:

- продуктивність праці;
- витрати часу покупців;
- якість обслуговування та ін.

Усі ці показники тісно пов'язані між собою, тому їх треба розглядати у взаємозв'язку.

Під продуктивністю праці слід розуміти співвідношення основних результатів діяльності торговельного підприємства до затрат праці персоналу на її здійснення у звітному періоді.

Істотним моментом в аналізі продуктивності праці є обчислення її впливу на збільшення обсягу товарообороту. Для визначення впливу зміни продуктивності праці на приріст товарообороту здійснюються розрахунки за наступними формулами:

$$\Delta T_q = \frac{\Delta Ч}{\Delta T} \cdot 100, \quad (4.4)$$

де ΔT_q – приріст товарообороту за рахунок приросту чисельності;

$\Delta Ч$ – приріст чисельності, %;

ΔT – приріст товарообороту, %;

$$\Delta T_e = 100 - \Delta T_u, \quad (4.5)$$

де ΔT_e – приріст товарообороту за рахунок підвищення виробітку.

Ріст ефективності діяльності припускає неодмінне скорочення витрат часу покупців на придбання товару, підвищення якості торгового обслуговування. Якщо високий товарооборот на одного працівника отриманий в результаті неукомплектованості продавцями, то він не свідчить про ріст ефективності праці торгових працівників.

Критеріями оцінки ефективності використання трудових ресурсів є ріст трудових доходів працівників, з одного боку, і ріст прибутковості (рентабельності) їх праці для підприємства, з іншого.

Прибутковість праці в торгівлі має важливе соціальне значення, оскільки продаж товарів повинен не лише приносити прибуток, але і сприяти підвищенню якості послуг, що надаються в торгівлі. Оцінка прибутковості праці працівників може бути виражена коефіцієнтом, що розраховується по формулі:

$$K_n = \frac{\Delta ЧП}{\Delta ФС}, \quad (4.6)$$

де K_n – коефіцієнт прибутковості праці працівника;

$\Delta ЧП$ – приріст чистого прибутку на 1 працівника за певний період, тис. грн;

$\Delta ФС$ – приріст фонду споживання на 1 працівника за певний період, тис. грн.

Прибутковість праці можна розрахувати не лише в цілому по підприємству, але і за окремими секціями і навіть за робочими місцями.

Зростання продуктивності праці може бути забезпечене при виконанні наступних умов:

- зростання результатів праці при зниженні витрат праці;
- зростання результатів праці при стабільних витратах праці;
- постійність результатів при зниженні витрат праці;
- темпи росту результатів випереджають темпи росту витрат праці;
- темпи зниження результатів нижчі ніж темпи зниження витрат.

Основними резервами підвищення продуктивності праці персоналу торговельного підприємства в умовах соціально-економічної кризи можуть стати:

- оптимізація структури персоналу торговельного підприємства;
- покращення якісного складу персоналу у частині досвіду окремих категорій працівників;
- зменшення втрат робочого часу.

Потенційне зростання продуктивності праці за рахунок використання економії чисельності персоналу торговельного підприємства можна розрахувати за допомогою формули (4.7):

$$P_n = \frac{E_c \cdot 100}{C_p - E_c}, \quad (4.7)$$

де P_n – зростання продуктивності праці, %;
 E_c – економія чисельності, осіб;
 C_p – розрахункова чисельність працівників на плановий обсяг продукції, осіб.

Приріст продуктивності праці завдяки реалізації конкретного резерву можна визначити за формулою:

$$P_n = \frac{TM_{zn}}{\Phi \cdot K_{nv} \cdot C_p} \cdot 100 \quad (4.8)$$

де P_n – зростання продуктивності праці, %;
 TM_{zn} – зниження трудомісткості товарообороту, люд/год;
 K_{nv} – плановий коефіцієнт виконання норм виробітку;
 C_p – розрахункова чисельність працівників на плановий обсяг продукції, осіб;
 Φ – фонд робочого часу, год.

Розрахунок планової чисельності працівників здійснюється з урахуванням режиму роботи підприємства. При цьому враховуються коефіцієнти збільшення чисельності, необхідної для заміни тимчасово відсутніх працівників (відпустки, хвороба).

Економії чисельності персоналу можна досягти за рахунок удосконалення наукової організації праці персоналу торговельного підприємства і розрахувати за формулою:

$$E_{ch} = \frac{C_b \cdot \Delta C}{100}, \quad (4.9)$$

де C_b – чисельність персоналу у базовому році, осіб;
 ΔC – скорочення чисельності персоналу за рахунок впровадження заходів наукової організації праці.

Величину підвищення продуктивності праці за рахунок поліпшення використання робочого часу (зменшення непродуктивних витрат) розраховуємо за формулою:

$$P_{нч} = \frac{100 - n}{(100 - m) - 100} \cdot 100, \quad (4.10)$$

де n – витрати робочого часу у звітному році;
 m – витрати робочого часу в минулому році.

Важливим резервом підвищення продуктивності праці є матеріальна зацікавленість персоналу у поліпшенні кінцевих результатів діяльності торговельного підприємства.

Ця тенденція ринку праці в торгівлі ставить завдання створювати новий мотиваційний механізм стимулювання праці.

З переходом до ринкових відносин принципово змінилася суть таких понять, як оплата праці і формування прибутків торгового підприємства.

Заробітна плата є частиною доходу власника торгового підприємства, що витрачається для оплати праці найнятого робітника відповідно до умов найму.

Організація заробітної плати в торгівлі здійснюється відповідно низки *принципів*, серед них:

- стимулююча функція оплати праці. Даний принцип організації оплати праці припускає встановлення рівня заробітної плати залежно від кількості, якості і результатів праці;

- диференціація окладів залежно від обсягів робіт, кваліфікації працівника, умов праці. Диференціація оплати праці тісно пов'язана з сегментацією ринку праці.

Заробітна плата поділяється на два види: основна і додаткова.

Основна – нараховується за час, що фактично відпрацьований, і виконані на підприємстві роботи.

Додаткова – це встановлені законом виплати за невідпрацьований час, оплата відпусток, вихідної допомоги, пільгового часу для підлітків.

В умовах різних організаційно-правових форм власності торговельні підприємства отримали самостійність у виборі порядку оплати праці. Вони самостійно визначають не лише чисельність працівників, але і форми оплати праці.

Кожна з перелічених систем може бути індивідуальною або колективною. У торгівлі застосовується як індивідуальна, так і колективна оплата праці. По методу розрахунку розцінки застосовуються наступні різновиди відрядної форми оплати праці: за розцінками в залежності від обсягу товарообороту, за розцінками в залежності від відсотку виконання плану товарообороту, за розцінками на основі натуральних показників.

Характеристика форм та систем оплати праці

Форми оплати праці	Характеристика форм	Системи оплати праці
1	2	3
<p><u>Погодинна</u></p> <p>При <i>погодинній оплаті</i> заробітна плата працівникові нараховується відповідно до окладу за фактично відпрацьований час.</p>	<p>В основі погодинної (почасової) оплати праці лежить принцип залежності величини заробітної плати від кількості відпрацьованого часу. Проте внаслідок того, що праця може бути простою і комплексною, потрібне нормування праці, яке здійснюється за допомогою тарифної системи, складовим елементом якої є: <i>тарифна ставка</i> – показник рівня оплати праці за годину. Вона визначає рівень оплати простої, некваліфікованої праці. Початковою базою є мінімальна тарифна ставка або тарифна ставка першого розряду; <i>тарифна сітка</i> – шкала, що визначає диференціацію тарифної частини заробітної плати залежно від кваліфікації. Це сукупність тарифних розрядів оплати праці, що характеризують кваліфікаційний рівень робітника і тарифних коефіцієнтів, що показують співвідношення тарифної ставки цього розряду до тарифної ставки першого розряду.</p>	<p>Заробітна плата працівника при простій почасовій системі визначається як оплата праці по твердій ставці за час, що пропрацював, в цьому періоді. При почасово-преміальній системі передбачаються додаткові виплати до основної ставки заробітної плати у вигляді премії. Почасова оплата з контрольованим виробленням передбачає зміну тарифної ставки у бік збільшення або у бік зменшення залежно від норм вироблення, трудової дисципліни, торгово-технологічних чинників.</p>
<p><u>Відрядна</u></p> <p><i>Відрядна форма</i> є оплатою залежно від обсягу робіт за встановленими розцінками.</p>	<p>За <i>відрядною</i> формою оплати праці можуть заробіток нараховується продавцям, касирам, контролерам-касирам, фасувальникам. У зв'язку з тим, що торгівля більшістю товарів має сезонний характер, розцінки доцільно встановлювати по сезонах, враховуючи при цьому вплив інфляції. Сезон може включати декілька місяців. Для забезпечення <i>відрядної</i> форми оплати праці слід проводити підготовчу роботу, спрямовану на впровадження прогресивних форм організації праці, раціоналізацію режимів роботи магазинів, впровадження прогресивної технології руху товару, нових видів торгових послуг.</p>	<p>За <i>відрядною</i> формою оплата праці здійснюється за незмінною розцінкою. Загальний заробіток працівника визначається шляхом перемноження <i>відрядної</i> розцінки на суму або кількість реалізованих товарів. За <i>відрядно-преміальною</i> – понад заробіток за відрядними розцінками працівник отримує премію. <i>Відрядно-прогресивна</i> форма передбачає що в межах планового завдання праця оплачується за прямими відрядними розцінками, а все, що понад план – за підвищеними розцінками.</p>

Продовження таблиці 4.2

1	2	3
<p>Останнім часом отримали широке поширення гнучкі системи оплати праці, за якими заробітна плата залежить від кінцевих результатів.</p>	<p>На відрядну оплату праці за натуральні показники можуть переводитися працівники магазинів взуття, одягу, електроніки і інших товарів із забезпеченням оперативного кількісно-сумового обліку реалізації товарів. За відрядною формою оплати праці можуть заробіток нараховується продавцям, касирам, контролерам-касирам, фасувальникам. У зв'язку з тим, що торгівля більшістю товарів має сезонний характер, розцінки доцільно встановлювати по сезонах, враховуючи при цьому вплив інфляції. Сезон може включати декілька місяців. При здійсненні відрядної форми оплати праці проводиться підготовча робота, спрямована на впровадження прогресивних форм організації праці, раціоналізацію режимів роботи магазинів, впровадження прогресивної технології руху товару, нових видів торгових послуг.</p>	<p>Величина розцінок залежить від конкретних умов праці, структури товарообороту, сезонності. Розцінка за 100 штук реалізованих товарів визначається діленням суми місячних окладів усіх членів бригади на середньомісячну кількість реалізованих товарів. Відсоткова (комісійна) система оплати праці застосовується для оплати праці залежно від обсягу результату діяльності: товарообороту, вартості укладених угод (на біржах, в оптовій торгівлі).</p>

Стосовно змісту таблиці 4.2 слід додати, що при прямій відрядній формі оплати праці значно підвищується особиста зацікавленість окремого працівника, проте недоліком її є те, що вона не зацікавлює працівника у підвищенні ефективності роботи усього підприємства.

У торгівлі відсоткова система оплати праці (у % до суми реалізації товарів) може застосовуватися як поєднання почасової оплати праці з виплатою винагород за результатами роботи. При цьому доцільно вести оперативний облік результатів праці по кожному працівникові окремо.

Колективна (бригадна) оплата праці за відрядними розцінками – це плата за колективно виконану роботу. Колективна (бригадна) відрядна оплата найбільш ефективна в магазинах (відділах, секціях) з чисельністю не менше 6 чоловік, з відносно постійним потоком покупців і стійким асортиментом. Розрахунок бригадної розцінки здійснюється з урахуванням середньорічного обсягу товарообороту і суми місячних окладів.

У роздрібній і дрібнооптовій торгівлі заробітна плата в основному виплачується залежно від обсягу товарообороту. Відсоток від

товарообороту визначається в кожному випадку індивідуально залежно від трудомісткості товарів, що реалізуються. У плодоовочевій торгівлі є специфіка, пов'язана з трудомісткістю реалізації, тому під час розрахунків це необхідно враховувати.

Гнучкі системи оплати праці в сучасних умовах тісно пов'язані з кінцевими результатами діяльності підприємства. У торгівлі застосовується залишкова система, при якій заробітна плата працівників знаходиться в тісному зв'язку з сумою отриманого прибутку як в окремому підрозділі (відділі, секції), так і в цілому на підприємстві. Така система оплати праці сприяє виникненню професійної конкуренції між працівниками, що, у свою чергу, впливає на культуру обслуговування. При цій формі оплати праці кожному працівникові встановлюється оклад і по кожній секції визначається сума прибутку, що залишається в розпорядженні після сплати усіх податків.

Розрахунок витрат здійснюється по кожній секції (витрати на оплату праці, витрати на оренду, по інкасації, на утримання приміщень і загальнофірмові витрати). Після цього розраховується коефіцієнт співвідношення прибутку і заробітної плати. У середині секції сума надтарифної частини розподіляється самостійно.

Недоліком цієї системи є те, що на прибутки секцій впливає не лише кон'юнктура торгівлі, але і їх розміщення. Як правило, секції, що знаходяться на перших поверхах, навіть при реалізації одних і тих же товарів більше прибуткові, ніж секції, розташовані вище. Крім того, товари мають різні трудовитрати при реалізації, що також дуже важливе. Тому доцільно розробити систему поправочних коефіцієнтів з урахуванням цих чинників.

Безтарифна система, як правило, застосовується в добре організованому колективі. Кожному працівникові привласнюється коефіцієнт оплати праці, яка враховує його кваліфікацію і результативність роботи в колективі при виконанні певного обсягу робіт.

Контрактна система оплати праці передбачає укладення трудового контракту. Окрім розміру тарифної ставки, в трудовому контракті можуть бути передбачені різні доплати і надбавки за професійну майстерність і високу кваліфікацію, за знання іноземних мов, за відхилення від нормальних умов праці. Крім того, може вказуватися розмір доплат за поєднання професій і посад. Різні види заохочень працівників також можуть бути відображені в індивідуальному трудовому контракті, наприклад, премії, винагороди тощо.

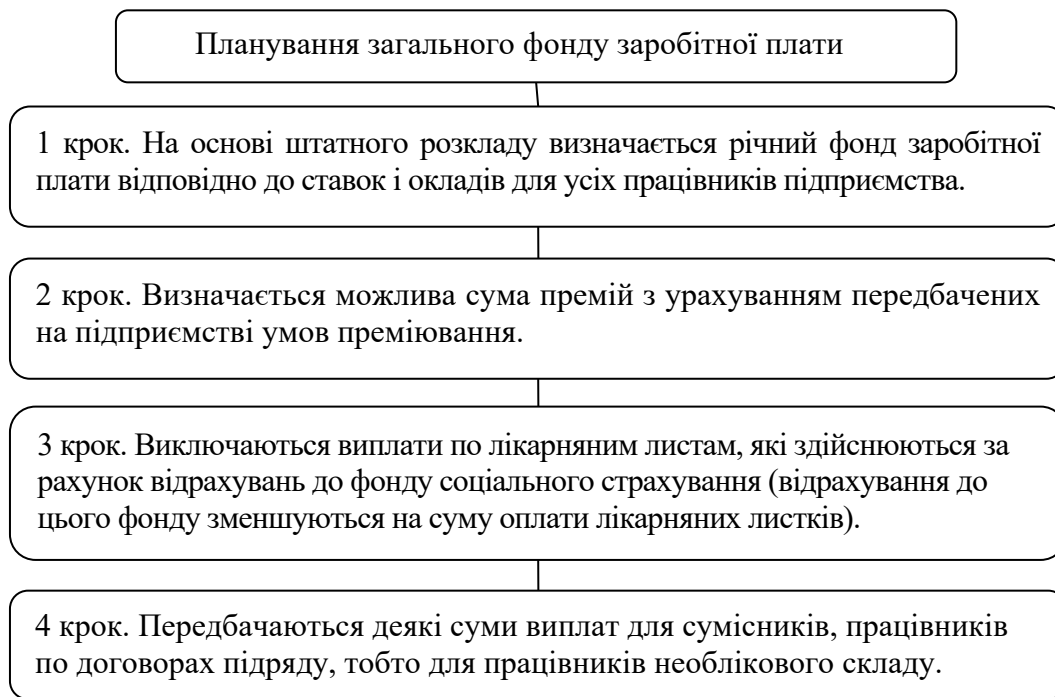


Рис. 4.1. Етапи планування загального фонду заробітної плати

Таким чином, загальна сума фонду заробітної плати торгового підприємства складе:

$$ФЗП = \text{крок } 1 + \text{крок } 2 + \text{крок } 3 + \text{крок } 4 \quad (4.11)$$

При плануванні фонду заробітної плати необхідно передбачати різного роду доплати (за роботи у вихідні і святкові дні, за роботу в нічний час, за наднормові роботи). Необхідно також включати до складу фонду заробітної плати винагороди за підсумками роботи за рік, матеріальну допомогу працівникам, виплати на харчування, житло, транспорт. При цьому слід мати на увазі, що ці доплати і одноразові виплати можуть здійснюватися або за рахунок прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства (за рахунок фонду споживання), або з фонду заробітної плати, тобто витрат обігу.

Окрім методу прямого рахунку при плануванні фонду заробітної плати можуть бути використані: нормативний, економіко-статистичний методи і метод економіко-математичного моделювання.

Нормативний метод планування фонду заробітної плати заснований на співвідношенні темпів приросту обсягу товарообороту і фонду заробітної плати (продуктивності праці і середньої заробітної плати одного працівника). Прийнято вважати (тобто встановлений норматив), що при збільшенні обсягу товарообороту на 1% (у порівнянних цінах) фонд заробітної плати збільшується на 0,8%, а при зменшенні товарообороту на 1% фонд заробітної плати зменшується

на 1,2%. Так, наприклад, якщо наступного року в порівнянні з поточним обсяг товарообороту (у порівнянних цінах) торгового підприємства збільшиться на 1,6%, то фонд заробітної плати зросте на 1,28%.

До економіко-статистичних методів планування фонду заробітної плати відносяться:

1) розрахунок фонду заробітної плати на основі фактичного рівня фонду заробітної плати в % до товарообороту за ряд попередніх років;

2) розрахунок фонду заробітної плати на основі планової чисельності працівників торгового підприємства на майбутній рік і фактичної середньої заробітної плати одного працівника за поточний рік:

$$\Phi ЗП_n = З_\phi \cdot Ч_n \cdot I_{зн} \quad (4.11)$$

де $\Phi ЗП_n$ – плановий фонд заробітної плати працівників торгового підприємства на майбутній рік, *грн*;

$Ч_n$ – планова середньооблікова чисельність працівників на майбутній рік, *осіб*;

$З_\phi$ – фактична заробітна плата одного працівника за поточний рік, *осіб*;

$I_{зн}$ – передбачуваний індекс середньої заробітної плати одного працівника наступного року порівняно з поточним роком.

Метод економіко-математичного моделювання припускає використання під час розрахунку фонду заробітної плати на майбутній рік різних економіко-математичних моделей. Основними є наступні моделі:

$$y = a + bx, \quad (4.12)$$

де y – фонд заробітної плати торгового підприємства, *грн*;

x – обсяг товарообороту торгового підприємства, *грн*;

a і b – параметри моделі.

$$y = a + bz, \quad (4.13)$$

де y – фонд заробітної плати торгового підприємства, *грн*;

z – продуктивність праці i -го працівника, *грн*;

a і b – параметри моделі.

Перевагами економіко-статистичних методів і методу економіко-математичного моделювання фонду заробітної плати є наявність інформаційної бази; недоліками – наближеність розрахунків і

перенесення негативних тенденцій зміни показників (якщо це мало місце) на майбутній рік.

Розрахований одним з методів плановий фонд заробітної плати на майбутній рік необхідно узгодити з основними показниками господарської діяльності торгового підприємства (прибутком, товарооборотом, витратами обігу) і у разі потреби внести відповідні корективи.

При вивченні даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [3, 5, 7, 10, 20, 22].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

Визначте заробітну плату кожного робітника бригади, на підставі таких даних:

1) бригада по ремонту торговельного обладнання складається з п'яти робітників, з яких: 2 робітники мають другий розряд, два робітники – третій розряд і один робітник – четвертий розряд. Робітники третього розряду працюють за шкідливих умов, інші – за нормальних умов;

2) заробіток бригади за місяць склав 32490 грн;

3) кожен робітник бригади відпрацював по 160 год за місяць;

4) тарифні коефіцієнти робітників, які працюють за нормальних умов становлять: другий розряд – 1,2; четвертий розряд – 1,5;

5) тарифний коефіцієнт робітників третього розряду, які працюють за шкідливих умов – 1,8;

6) годинна тарифна ставка робітника першого розряду – 28,50 грн.

Розв'язання:

Оскільки члени бригади працюють не в однакових умовах, то бригадний заробіток слід розподіляти між ним методом коефіцієнту виконання норм.

1. Годинна тарифна ставка робітників бригади дорівнює:

для робітників другого розряду – $28,50 \cdot 1,2 = 34,20$ (грн);

для робітників третього розряду – $28,50 \cdot 1,8 = 51,30$ (грн);

для робітників четвертого розряду – $28,50 \cdot 1,5 = 42,75$ (грн).

2. Тарифний заробіток бригади у випадку стопроцентного виконання норм виробітку розраховується за формулою і становить:

$$Z_{бр. \cdot 100\%} = T_{\phi i} \cdot C_{гi} = 160 \cdot 34,20 \cdot 2 + 160 \cdot 51,30 \cdot 2 + 160 \cdot 42,75 = 34200 \text{ (грн)}.$$

3. Коефіцієнт виконання норм розраховується за формулою і дорівнює:

$$k_{вн.} = \frac{Z_{бр.}}{Z_{бр. \cdot 100\%}}$$

$$k_{вр.} = \frac{32490}{34200} = 0,95$$

4. Заробітна плата кожного робітника бригади визначається за формулою:

$$Z_i = T_{\phi i} \cdot C_{гi} \cdot k_{вн.}$$

і дорівнює:

для робітника другого розряду – $160 \cdot 34,20 \cdot 0,95 = 5198,4 \text{ (грн)}$;

для робітника третього розряду – $160 \cdot 51,30 \cdot 0,95 = 7797,6 \text{ (грн)}$;

для робітника четвертого розряду – $160 \cdot 42,75 \cdot 0,95 = 6498,0 \text{ (грн)}$.

Сумарний заробіток бригади розподілений між членами бригади відповідно до кількості відпрацьованих ними годин та рівня кваліфікації.

Найбільша частка заробітної плати припадає на оплату праці робітників третього розряду, які працювали у шкідливих умовах і одержали по 7797,6 грн. Під час розподілу заробітку бригади між її членами необхідно забезпечити безпосередню залежність заробітку кожного робітника від його індивідуального внеску в загальний результат роботи.

ПРИКЛАД 2

Визначити середній тарифний коефіцієнт, середньогодинну тарифну ставку, середній розряд групи продавців, зайнятих на роботах з нормальними умовами праці, якщо за 3 розрядом працюють – 16 осіб, за 5 – 14 осіб, за 6 – 12 осіб.

Розв'язання:

Тарифна сітка для торговельних підприємств згідно Галузевої угоди має вигляд:

Таблиця 4.3

Розряди	1	2	3	4	5	6
Тарифні коефіцієнти	1.0	1.13	1.29	1.48	1.71	2.0
Годинна тарифна ставка	28,25	29,32	30,64	32,21	34,11	36,50

Визначаємо середній тарифний коефіцієнт:

$$T_{кс} = \frac{\sum K_i \cdot \mathcal{U}_{pi}}{\mathcal{U}_{заг}}$$

$$T_{кс} = \frac{1,29 \cdot 16 + 1,71 \cdot 14 + 2,0 \cdot 12}{42} = 1,63$$

Середня тарифна ставка становить:

$$T_{кс} = \frac{30,64 \cdot 16 + 34,11 \cdot 14 + 36,50 \cdot 12}{42} = 33,47 \text{ грн}$$

ПРИКЛАД 3

Необхідно розрахувати суму економії чи перевитрат фонду оплати праці магазину, використовуючи наведені в таблиці дані:

Таблиця 4.4

Показники	План	Факт	Відхилення (+,-)
Товарооборот, тис. грн	1200	1220	+20
Фонд оплати праці, тис. грн	156,0	168	+12

Розв'язання:

Суму економії чи перевитрат можна розрахувати використав відносне відхилення. Відносне відхилення (відхилення фактичної суми фонду оплати праці від планової, в перерахунку на фактичний товарооборот):

$$V_{відн} = 168 - 158,6 = + 9,4 \text{ (тис. грн)}.$$

Фонд оплати праці по плану, перерахований на фактичний товарооборот:

$$\Phi ОП_{пл ум} = (\Phi ОП_{пл} \cdot T/o ф) / T/o пл$$

$$\Phi ОП_{пл ум} = \frac{156}{1200} \cdot 1220 = 158,6 \text{ (тис. грн)}$$

Висновок: отже, по фонду оплати праці магазину спостерігається перевитрата в сумі 9,4 тис. грн.

ПРИКЛАД 4

На підставі наведених в таблиці даних проаналізувати виконання показників плану з праці, зокрема ефективність витрачання коштів на оплату праці персоналу, зробити висновки.

Таблиця 4.5

Показники	Попередній рік факт.	Звітний рік	
		план	факт
Товарооборот, <i>тис. грн</i>	1200	1220	1250
Чисельність працівників, <i>осіб</i>	22	25	23
– зокрема продавців	18	18	18
Фонд оплати праці, <i>тис. грн</i>	1210,0	1214,7	1225,0

Розв'язання:

Розрахунки проведемо за допомогою складання таблиці 4.6.

Таблиця 4.6

Показники	Попередній рік факт.	Звітний рік			Відхилення, +/-		Темп росту, %
		план	факт	% вик. плану	Від плану	Від поперед- нього року	
Товарооборот, <i>тис. грн</i>	1900	1920	1950	101,6	+30	+50	+2,6
Чисельність працівників, <i>осіб</i>	22	25	23	92,0	-2	+1	+4,5
– зокрема продавців	18	18	18	100,0	0	0	0
– їх частка, %	81,8	72,0	78,3	108,8	+6,3	-3,5	-4,3
Фонд оплати праці, <i>тис. грн</i>	1210,0	1214,7	1225,0	100,8	+10,3	+15,0	+1,2
Рівень оплати праці, %	63,7	63,3	62,8	99,2	-0,5	-0,9	-1,4
Середня з/плата 1 працівника в місяць;	4583	4049	4438	109,6	+389,0	-145,0	-3,2
Продуктивність праці, <i>тис. грн</i> – 1 працівника	86,36	76,8	92,39	120,3	+15,59	+6,03	+6,9
– 1 продавця	105,55	106,66	108,33	101,6	+1,67	+2,78	+2,6

Методика розрахунку показників (див. таблицю):

– рівень оплати праці у попередньому році:

$$\frac{1200}{1900} \cdot 100 = 63,7\%$$

– середня заробітна плата за місяць у попередньому році:

$$\frac{1210000}{22 \cdot 12} = 4583 \text{ грн}$$

– продуктивність праці 1 працівника (у попередньому році):

$$\frac{1900}{22} = 86,36 \text{ тис. грн}$$

– продуктивність праці 1 продавця (у попередньому році):

$$\frac{1900}{18} = 105,55 \text{ грн}$$

Аналогічно розраховуються планові показники і фактичні.

Відносне відхилення витрат живої (економія чи перевитрати заробітної плати) праці розраховуємо за формулою:

$$\sum B = \pm \frac{P_{\phi} \cdot (P_{\text{вф}} - P_{\text{вп}})}{100}$$

де P_{ϕ} – фактичний товарооборот,

$P_{\text{вф}}$ – рівень витрат обігу фактичний,

$P_{\text{вп}}$ – рівень витрат обігу плановий

$$\sum B = \frac{1900 \cdot (62,8 - 63,3)}{100} = -9,5 \text{ тис. грн}$$

Висновок: аналіз показав, що зростання товарообороту було досягнуто за рахунок збільшення чисельності працівників. Так, за умовою зростання товарообороту порівняно з попереднім роком на 2,6%, продуктивність праці 1 працівника збільшилась 6,9%, проте середня зарплата знизилась на 3,2%.

Порівняння фактичних показників з праці за звітний рік з плановими (перерахованими на фактичний товарооборот) свідчать про економію фонду оплати праці на 9,5 тис. грн.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ

за темою «Кадрова політика, персонал, продуктивність та оплата праці»

ЗАВДАННЯ 1

Розрахувати суму заробітної плати і розмір премії директору магазину, якщо коефіцієнт співвідношення його посадового окладу до мінімальної заробітної плати – 3,5; розмір премії за виконання плану з товарообороту по всіх показниках –18,2%, надбавки за професійну майстерність – 9,3%.

ЗАВДАННЯ 2

Визначити місячний заробіток пакувальника товару, зайнятого на роботах з нормальними умовами праці за відрядно-преміальною системою оплати праці. Технічно-обґрунтована норма штучного часу на 1 упаковку – 6 хв, норма виробітку (упаковок за год.) – 9 шт., розряд роботи – 3, місячна норма роботи за графіком – 176 год, фактичний місячний виробіток упаковок – 1760 шт., розмір премії за виконання місячного завдання до прямого відрядного заробітку – 11%, розмір премії за кожний процент перевиконання до прямого відрядного заробітку – 1,5%.

ЗАВДАННЯ 3

Бригада у складі 20 продавців реалізовувала товари. Розподіл продавців і робіт по тарифних розрядах наведено у таблиці.

Таблиця 4.7

Розряди	Коефіцієнти	Чисельність продавців	Обсяг год., тис н/г
1	1	–	–
2	1,13	–	–
3	1,29	6	8
4	1,48	–	–
5	1,71	6	12
6	2	8	10

Обчислити середню годинну тарифну ставку робітників по виконаним ними роботам і зробити висновки на основі розрахунків щодо ефективності використання робочої сили і фонду заробітної плати.

ЗАВДАННЯ 4

Визначити, яке з двох торгових підприємств у звітному році працювало більш ефективно.

Таблиця 4.8

Підприємство	Базовий рік		Звітний рік	
	Обсяг товарообороту, тис. грн	Чисельність персоналу, осіб	Обсяг товарообороту, тис. грн	Чисельність персоналу, осіб
1	26000	345	29500	347
2	52000	472	60100	488

ЗАВДАННЯ 5

Розрахувати показники динаміки продуктивності праці продавців торговельного підприємства в звітному році, порівняно з попереднім, у дійсних і порівняних цінах за такими даними:

- товарооборот на одного продавця (*тис. грн*): попередній рік – 32,0; звітний рік – 45,5;
 - індекс роздрібних цін звітного року – 1,10;
 - середній індекс трудомісткості товарообороту – 1,15.
- Зробити висновки.

ЗАВДАННЯ 6

Середньооблікова чисельність персоналу в супермаркеті у звітному році – 120 осіб. Обсяг товарообороту – 1280 *тис. грн*. У плановому році продуктивність праці підвищиться на 8%, а обсяг реалізованих товарів – на 5%. Обчислити необхідну чисельність персоналу в плановому році.

ЗАВДАННЯ 7

Проаналізувати по торговельному підприємству ступінь виконання плану по фонду оплати праці (ФОП) за рік та розрахувати вплив на нього зміни чисельності працівників і середньої заробітної плати на підставі даних таблиці.

Таблиця 4.9

Показники	План	Факт
Чисельність працівників, осіб	25	30
Середня заробітна плата на 1 працівника за рік, грн	2350	2100

ЗАВДАННЯ 8

У базовому році середньооблікова чисельність працівників на підприємстві становила 710 осіб.

У цьому році загальна кількість звільнених з роботи на підприємстві дорівнює 30 осіб, у тому числі за власним бажанням – 10 осіб. На роботу прийняли 15 осіб.

Розрахувати коефіцієнти руху кадрів на підприємстві.

5. ВИТРАТИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Витрати – це виражені в грошовій формі витрати виробничих чинників, необхідних для здійснення підприємством своєї статутної діяльності.

Поточні витрати – це грошове вираження витрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально-речовим складом становлять спожиту частину матеріальних, нематеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

У діяльності торговельних підприємств витратам притаманні деякі особливості. Основним видом діяльності торгового підприємства є організація і обслуговування процесу товарного обігу, тому його витрати виступають у вигляді витрат обігу. Витрати обігу є важливою складовою частиною поточних витрат підприємства. Витрати, що включаються до складу витрат обігу, класифікуються за різними ознаками.

Таблиця 5.1

Класифікація витрат у сфері торгівлі

Ознака	Види
1	2
<p><i>За участю в утворенні вартості</i></p> <p>Нині частка чистих витрат обігу в загальній їх сумі зростає, що диктується вимогами ринку до підвищення культури обслуговування покупців і конкурентоспроможності підприємств.</p>	<p><i>Чисті витрати обігу</i> – це витрати торгового підприємства по обслуговуванню акту купівлі-продажу товару і зміні форм вартості. Ці витрати суспільно необхідні, але за своєю суттю вони непродуктивні і не створюють споживну вартість, не збільшують вартість товару. До них відносяться витрати, пов'язані з рекламою, обслуговуванням покупців, грошовим обігом, веденням касових і бухгалтерських операцій тощо.</p> <p><i>Додаткові витрати обігу</i> – це витрати торгових підприємств по виконанню операцій, пов'язаних з продовженням процесу виробництва у сфері обігу. До них відносяться витрати на транспортування, зберігання, доопрацювання, фасування, упаковку товарів тощо. В ході виконання цих операцій товар як споживна вартість зберігається, перетворюється і доводиться до споживача, одночасно збільшується і його вартість. Таким чином, додаткові витрати відшкодовуються за рахунок знову створеної на підприємстві вартості, а чисті витрати – за рахунок знову створеної вартості і частини вартості, якою поступається торговцеві виробник за здійснення остаточної реалізації його товару.</p>

Продовження таблиці 5.1

1	2
<p><i>За способом віднесення на окремі товари і товарні групи</i></p> <p>Цей спосіб класифікації витрат обігу має важливе значення для визначення витратоємності реалізації окремих товарів (витрат на одиницю товарообороту по товару або товарній групі), що, у свою чергу, необхідно для обґрунтування рівня торгової надбавки і визначення рентабельності продажу окремих товарів і товарних груп.</p>	<p><i>Прямі витрати обігу</i> – це витрати, які на підставі первинних документів безпосередньо можуть бути віднесені на ту або іншу товарну групу.</p> <p><i>Непрямі витрати обігу</i> неможливо безпосередньо без попередніх розрахунків розподілити між товарними групами. Як правило, їх розподіляють між товарними групами пропорційно визначеному показнику (торговій площі, обсягу товарообороту, заробітній платі торгово-оперативних працівників тощо).</p>
<p>По складу</p>	<p><i>Прості</i> – витрати, що є економічно одноелементними витратами, нерозкладними на різнорідні складові частини (витрати на оплату праці).</p> <p><i>Комплексні</i> витрати складаються з різних елементів витрат (наприклад, інші витрати включають витрати на відрядження, знос нематеріальних активів, податки і обов’язкові платежі і інші витрати).</p>
<p>По раціональності використання</p>	<p><i>Продуктивні витрати</i> дають корисний результат (витрати на реалізацію товарів забезпечують підприємству отримання роздрібного товарообороту).</p> <p><i>Непродуктивні витрати</i> корисного результату не дають, але вони бувають немінучими в процесі здійснення підприємством торгово-господарської діяльності. У торгівлі це передусім втрати товарів у вигляді природного убутку. Підприємство повинне прагнути до зниження непродуктивних втрат шляхом поліпшення організації доставки, зберігання і реалізації товарів.</p>

Продовження таблиці 5.1

1	2
<p><i>По ступеню залежності від зміни обсягу товарообороту</i></p> <p>У разі, якщо підприємство припиняє роботу на тривалий термін, залишкові витрати слід знижувати за рахунок скорочення чисельності працівників, відмови від оренди приміщень тощо.</p> <p>Прогресивно-змінні витрати змінюються у відносно більшій пропорції, ніж обсяг роздрібного товарообороту, тому їх рівень частково зростає з ростом товарообороту і знижується в результаті зниження його обсягу.</p>	<p><i>Постійні</i> – витрати, сума яких безпосередньо не залежить від обсягу і структури товарообороту, але їх рівень змінюється в зворотному по відношенню до товарообороту напрямі: зі збільшенням обсягу товарообороту рівень постійних витрат обігу, обчислений у відсотках до товарообороту, знижується, і навпаки.</p> <p>Постійні витрати можуть бути залишковими і стартовими.</p> <p>До <i>залишкових</i> відноситься та частина постійних витрат, які продовжує нести підприємство, попри те, що процес реалізації товарів на якийсь час повністю зупинений (плата за оренду приміщення, комунальні платежі, виплата заробітної плати працівникам в сумі мінімального розміру або частини окладу тощо).</p> <p>До <i>стартових</i> відноситься та частина постійних витрат, які виникають з відновленням процесу реалізації товарів (витрати на електроенергію, на прибирання приміщень, на заробітну плату по ставках і окладах тощо).</p> <p><i>Змінні витрати</i> можуть бути пропорційно-змінними, дегресивно-змінними і прогресивно-змінними.</p> <p><i>Пропорційно-змінні витрати</i> обігу змінюються в тому ж напрямі і темпі, що і обсяг роздрібного товарообороту. Тому їх сума змінюється, а рівень залишається без зміни.</p> <p><i>Дегресивно-змінні витрати</i> обігу змінюються у відносно меншій пропорції, чим обсяг роздрібного товарообороту, тому їх рівень дещо знижується зі збільшенням товарообороту і зростає у зв'язку з його скороченням.</p> <p>Розмежування витрат обігу на <i>змінні</i> і <i>постійні</i> носить умовний характер, тому їх частіше називають умовно-змінними і умовно-постійними.</p>

Взаємозв'язок між загальним рівнем витрат обігу і рівнями змінних і постійних витрат можна описати детермінованою моделлю:

$$VO = BZ + \frac{BP}{T} \quad (5.1)$$

де VO – загальний рівень витрат обігу, частка од.;

BZ – сума змінних витрат обігу, частка од.;

BP – сума постійних витрат обігу, грн;

T – обсяг роздрібного товарообороту, грн.

Витрати обігу за видами витрат поділяються на елементи і статті, номенклатура і зміст яких встановлені законодавчо. Групування витрат за економічними елементами регламентується Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати».

В разі групування витрат за економічними елементами в кожен елемент включаються витрати на конкретний вид ресурсів. Групування витрат за економічними елементами здійснюється наступним чином:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;
- відрахування на соціальні потреби;
- амортизація основних фондів;
- інші витрати.

На основі Положення розробляється номенклатура статей витрат обігу (для торгівлі) або статей калькуляції (для підприємств промисловості і сфери послуг). Якщо групування за економічними елементами єдине для усіх підприємств, то номенклатура статей витрат носить яскраво виражений галузевий характер.

Усі витрати, передбачені Положенням, можуть бути включені у витрати обігу. Тим самим підприємство отримує реальне уявлення про істинну величину витрат і прибутку. Проте деякі види витрат держава як і раніше регулює шляхом їх нормування. До таких витрат відносять:

- витрати на оплату відсотків по отриманих кредитах банків на придбання товарів;
- витрати на відрядження;
- представницькі витрати;
- витрати на рекламу;
- витрати на підготовку кадрів.

За цими статтями суми витрат відносяться в повному обсязі на витрати обігу, проте перевищення фактичних витрат над нормативами не повинне зменшувати оподаткований прибуток, тобто на суму перевищення витрат збільшується оподатковуваний прибуток.

У ринкових умовах господарювання, коли комерційні підприємства здійснюють свою діяльність з метою отримання прибутку, виникає необхідність управління нею. Тому постає завдання визначення не лише явних бухгалтерських витрат обігу, але і неявних витрат, а також майбутніх витрат і витрат втрачених можливостей (недоотриманого прибутку).

На підприємствах торгівлі, де велика частка приватної власності і власники беруть участь у виробничому процесі, разом з явними витратами, повністю відображеними у бухгалтерському обліку і набуваючи форми грошових платежів, деякі витрати носять і неявний характер.

Неявні (імпліцитні) витрати – це альтернативні витрати використання ресурсів, що належать власникам підприємства. Такі витрати не відображаються у бухгалтерському обліку, але від цього вони не стають менш реальними. Наприклад, підприємство може використовувати приміщення, що належить власникові підприємства, без плати за оренду. Отже, неявні витрати дорівнюватимуть можливості отримання грошових платежів за здачу цього приміщення кому-небудь в оренду.

При ухваленні управлінських рішень про розширення діяльності підприємства за рахунок збільшення торгових площ або у разі освоєння нового для підприємства ринку товарів необхідно виходити з величини інкрементних витрат і прибутків. Інкрементні витрати і прибутки є додатковими і з'являються в результаті продажу додаткових одиниць товарів.

Номенклатура витрат обігу є сукупністю витрат в розрізі окремих статей. Діюча нині на підприємствах оптової, роздрібною торгівлі і громадського харчування номенклатура статей витрат обігу визначена Методичними рекомендаціями по бухгалтерському обліку витрат і включає наступні статті витрат обігу:

1. Транспортні витрати.
2. Витрати на оплату праці.
3. Відрахування на соціальні потреби.
4. Витрати на оренду і утримання будівель, споруд, приміщень, устаткування і інвентарю.
5. Амортизація основних засобів.
6. Витрати на ремонт основних засобів.
7. Знос санітарного і спеціального одягу, столової білизни, посуду, приладів, інших малоцінних і швидкозношуваних предметів.
8. Витрати на паливо, газ, електроенергію для виробничих потреб.
9. Витрати на зберігання, підробку, підсортувала і упаковку товарів.
10. Витрати на рекламу.
11. Витрати по платі відсотків за користування позикою.
12. Витрати товарів і технологічні відходи.
13. Витрати на тару.
14. Інші витрати.

Галузевими методичними рекомендаціями передбачений перелік витрат, які можуть бути віднесені на ту або іншу статтю витрат обігу.

Транспортні витрати за економічним змістом є оплатою послуг інших галузей економіки. Тому до даної статті відноситься оплата послуг з навантаження, вивантаження і перевезення товарів найманим транспортом. Якщо доставка і навантаження-вивантаження здійснюються своїми транспортом і працівниками, то ці витрати включаються у відповідні статті витрат обігу (амортизація основних засобів, витрати на оплату праці, інші витрати).

Витрати на оплату праці включають виплати заробітної плати працівникам облікового і необлікового складу за фактично відпрацьований час по діючих на підприємстві формах і системах оплати праці, виплати стимулюючого і компенсаційного характеру (компенсації за невикористану відпустку, компенсації жінкам, що знаходяться у відпустці по догляду за дітьми визначеного законодавством віку, компенсаційні виплати, пов'язані з режимом роботи і умовами праці).

Крім того, до складу витрат на оплату праці включаються виплати і за невідпрацьований час (оплата відпусток, пільгового часу підлітків, оплата часу, зайнятого виконанням державних обов'язків, оплата вимушеного прогулу тощо).

В системі загальнообов'язкового державного страхування сплачується консолідований страховий внесок – єдиний соціальний внесок (ЄСВ) на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Сплата внеску здійснюється в обов'язковому порядку та на регулярній основі. Розмір ЄСВ залежить від розміру мінімальної заробітної плати в країні. Ставка ЄСВ складає 22% від витрат на оплату праці.

Витрати на оренду і утримання будівель, споруд, приміщень, устаткування і інвентарю включають плату за поточну оренду будівель, приміщень, устаткування і інвентарю, що належить орендодавцеві; витрати на утримання в чистоті приміщень і прилеглих територій, оплату комунальних послуг, пожежної і сторожової охорони.

По статті «Амортизація основних засобів» відображаються суми амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних виробничих фондів. Підприємствам надано право самостійно визначати терміни майбутнього корисного використання основних засобів і методи нарахування амортизації. По терміну корисного використання основних засобів розраховують норму амортизації. Так, якщо термін корисного використання встановлюється 8 років, то річна норма амортизації складатиме $12,5\% \cdot (100\% : 8)$.

Витрати на ремонт основних засобів включають витрати на проведення усіх видів ремонтів (поточних, середніх, капітальних) основних виробничих засобів.

До статті «Знос санітарного і спеціального одягу, столової білизни, посуду, приладів, інших малоцінних і швидкозношуваних предметів» включаються витрати по використанню малоцінних (вартістю до 20000 грн) і швидкозношуваних (терміном служби менше року або нормального операційного циклу, якщо він перевищує рік) предметів і інвентарю, а також витрати на ремонт, прання, дезінфекцію, лагодження столової білизни, санітарного і спеціального одягу, взуття тощо.

Витрати на паливо, газ і електроенергію для виробничих потреб мають місце на підприємствах громадського харчування. До даної статті відносять вартість електроенергії, газу, пари і інших видів палива, витрачених на технологічні і інші виробничі потреби (приготування їжі, підігрів води тощо).

До статті «Витрати на зберігання, підробку, підсортовування і пакування товарів» включають вартість матеріалів, витрачених на фасування і пакування товарів, витрати на утримання холодильного устаткування, плату за послуги сторонніх організацій з фасування, пакування, зберігання товарів, інші витрати на створення умов для зберігання товарів.

До статті «Витрати на рекламу» включають вартість друкованих рекламних видань, рекламних заходів через засоби масової інформації, витрати на зовнішню рекламу, на оформлення вітрин, виставок-продажів, кімнат зразків товарів.

Витрати по оплаті відсотків за користування позикою включають платежі по відсотках за кредити банкам, по кредитах постачальників і інші витрати по платі відсотків за користування позиками в порядку, встановленому законодавством.

До статті «Втрати товарів і технологічні відходи» відносять втрати продовольчих товарів при перевезеннях, зберіганні і продажі в межах норм природного убутку, затверджених в установленому порядку. Затвержені норми є граничними, списання втрат на витрати обігу здійснюється виходячи з фактичної недостачі товарів, але тільки в межах встановлених норм. На цю статтю відносять також і нормовані відходи, неминучі при підготовці і реалізації продовольчих товарів (обрізки ковбас, втрати від зачистки олії тощо).

Витрати на тару включають суму зносу тари-устаткування і витрати на її ремонт; витрати на перевезення, вантаження і

вивантаження порожньої тари; різницю в цінах між приймальними і здавальними цінами, а також інші витрати на тару.

«Інші витрати» – комплексна стаття, на якій відображаються:

– витрати по сплаті податків, зборів, відрахувань до бюджету і до спеціальних позабюджетних фондів, що відшкодовуються за рахунок витрат обігу відповідно до встановленого законодавством порядку;

– знос по нематеріальних активах;

– витрати по забезпеченню нормальних умов праці і техніки безпеки;

– витрати по веденню касового господарства;

– оплата консультаційних, інформаційних послуг, послуг зв'язку і банків;

– витрати на відрядження, представницькі;

– інші витрати, що підлягають включенню до складу витрат обігу, але що не відносяться до раніше перерахованих статей.

Планування витрат обігу є складовою частиною фінансового управління торговим підприємством. В процесі планування слід виходити з необхідності визначення такої суми витрат, яка дозволяла б підприємству безперебійно і на високому рівні здійснювати свою господарську діяльність при дотриманні розумної економії витрат обігу.

Підґрунтям планування слугують результати аналізу за попередній період, завдяки чому з'ясовуються зміни у сумі та рівнях витрат обігу, їх складі та структурі, зіставляються темпи змін витрат і роздрібного товарообороту. Інформація про середньорічні темпи зміни витрат обігу і роздрібного товарообороту надалі використовується під час розробки плану витрат обігу.

Планова сума витрат обігу повинна знаходитися між мінімальною і максимальною межами.

Мінімальна сума витрат обігу – це нижня її межа, за якою подальша економія витрат не може бути визнана розумною, оскільки вона спричинить складнощі з доставкою товарів, зниження культури обслуговування покупців, плинність кадрів тощо, що украй небажано.

Максимальна сума витрат обігу – це витрати, які забезпечують підприємству не прибуткову, але беззбиткову роботу. Перехід за межу максимальної суми витрат приведе до збитковості господарської діяльності підприємства, що також є небажаним. Робота підприємства буде беззбитковою у разі рівності між прибутками і витратами:

$$B_{зм} + B_{пост} = ВД - ПДВ \quad (5.2)$$

де $B_{зм}$, $B_{пост}$ – відповідно змінні і постійні витрати обігу, грн;
 $ВД$ – сума валового доходу, грн;
 $ПДВ$ – податок на додану вартість.

Ця рівність справедлива і при використанні відносних величин (як частки одиниці)

$$D_{зм} + D_{пост} = D_{вд} - D_{вд} \cdot C_{пдв}, \quad (5.3)$$

або

$$D_{зм} + D_{пост} = D_{вд} \cdot (1 - C_{пдв}), \quad (5.4)$$

де $D_{зм}$, $D_{пост}$ – частка змінних і постійних витрат обігу;
 $D_{вд}$ – частка валового доходу;
 $C_{пдв}$ – ставка ПДВ у частках одиниці.

З приведеної рівності можна розрахувати максимально можливий рівень змінних витрат обігу у відсотках до товарообороту. Він складатиме:

$$P_{зм. max} = [D_{вд} \cdot (1 - C_{пдв}) - D_{пост}] \cdot 100\% \quad (5.5)$$

Планування витрат обігу має відбуватися у комплексному взаємозв'язку з іншими економічними показниками, такими, як валовий прибуток, роздрібний товарооборот, прибуток. Оптимальним вважатиметься такий план витрат обігу, який при заданому товарообороту і прийнятій ціновій політиці забезпечить підприємству отримання необхідного розміру чистого прибутку. Планування витрат обігу може відбуватися у будь-якому з двох напрямів: від загального до окремого або від часткового до загального. При цьому під частковим розуміється планування витрат обігу у розрізі окремих статей.

Під час визначення витрат обігу на планований рік слід виходити із запланованого обсягу товарообороту, поділу витрат обігу на постійні і змінні витрати, виявлених у передплановому періоді тенденцій їх розвитку.

Планування постійних витрат обігу підприємства здійснюється з урахуванням темпів росту витрат, що склався за передплановий період.

$$B_{нл.пост} = B_{баз.пост} \cdot \Delta t_{пост}, \quad (5.6)$$

де $B_{нл.пост}$, $B_{баз.пост}$ – умовно-постійні витрати обігу відповідно в плановому і базисному році;

$\Delta t_{пост}$ – середньорічний темп росту умовно-постійних витрат обігу.

Як відомо, умовно-змінні витрати обігу знаходяться в прямій залежності від зміни обсягу товарообороту, але змінюються вони не завжди в однаковій пропорції. Тому при їх плануванні необхідно враховувати співвідношення темпів зміни витрат обігу і товарообороту, що склалося за передплановий період, яке може бути охарактеризоване відповідним коефіцієнтом (K).

Якщо значення коефіцієнта співвідношення дорівнюватиме 1, значить, у підприємства переважають пропорційно-змінні витрати обігу, більше 1 – прогресивно-змінні і менше 1 – дегресивно-змінні. Характер змінних витрат обігу виявляється в процесі проведення аналізу.

Сума змінних витрат обігу на планований рік може бути розрахована за формулою:

$$B_{нл.зм} = B_{баз.зм} \cdot [1 + (\Delta T_{нл} \cdot K)], \quad (5.7)$$

де $B_{нл.зм}$, $B_{баз.зм}$ – умовно-змінні витрати обігу відповідно в плановому і базисному періодах, грн;

$\Delta T_{нл}$ – приріст товарообороту в планованому періоді, у частках одиниці;

K – коефіцієнт співвідношення середньорічних темпів приросту – умовно-змінних витрат обігу і роздрібного товарообороту, у частках одиниці.

Загальна сума планових витрат обігу складається з сум планових змінних і постійних витрат.

Витрати по кожній статті витрат обігу можуть бути розраховані так само, як і загальна сума планових змінних і постійних витрат. Проте в цьому випадку в розрахунок слід приймати виявлені за передплановий період тенденції розвитку і співвідношення з товарооборотом окремо по кожній статті витрат обігу торгового підприємства.

Зауважимо, що інформаційною основою врахування та аналізу витрат обігу торговельного підприємства є матеріали бухгалтерської

звітності (форма № 1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати діяльності підприємства»), статистична звітність (форма №5 «Звіт про витрати обігу», №3-торг «Звіт про надходження, реалізацію та залишки товарів», форма №1ПВ «Звіт з праці», форма №1 «Звіт про товарооборот»), оперативного та управлінського обліку (йдеться про первинні документи, що відображають витрати, оборотні відомості по бухгалтерських рахунках, на яких ведеться аналітичний облік витрат та ін.).

Рівень витрат торгової діяльності (P_v) визначається як відношення суми витрат обігу (BO) до суми товарообороту (T), виражене у відсотках. Рівень витрат є найважливішим якісним показником економічності господарської діяльності торговельного підприємства, відображаючи частку його поточних витрат в ціні товарів, що реалізуються;

$$P_v = \frac{BO}{T} \cdot 100, \quad (5.8)$$

де P_v – рівень витрат обігу у певному періоді (виражений у відсотках до товарообороту);

BO – сума витрат обігу у певному періоді;

T – обсяг реалізації товарів у певному періоді.

Витратовіддача (VB) є зворотним показником по відношенню до рівня витрат. Він характеризує обсяг товарообороту (T), що доводиться на одиницю витрат обігу підприємства (BO), тобто свідчить про результативність його поточних витрат:

$$VB = \frac{T}{BO}, \quad (5.9)$$

Доходність витрат обігу (D_{bo}). Показує, яка сума валового доходу ($ВД$) припадає на одиницю витрат обігу (BO):

$$D_{bo} = \frac{ВД}{BO}, \quad (5.10)$$

Прибутковість витрат обігу (Π_{bo}) або рівень рентабельності витрат обігу визначається як відношення суми балансового прибутку ($\Pi_б$) до суми витрат обігу (BO) у відсотковому вираженні. Рівень рентабельності витрат обігу є одним з важливих показників ефективності *поточних* витрат торговельного підприємства.

$$\Pi_{bo} = \frac{\Pi_б}{BO} \cdot 100, \quad (5.11)$$

Аналогічно визначається ефективність окремих видів витрат.

Зауважимо, що одним з провідних показників *ефективної витратної політики підприємства* є мінімізація рівня витрат його торговельної діяльності.

При вивченні даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [5, 7, 11, 16, 20, 22].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

Припустимо, що запланований обсяг роздрібного товарообороту підприємства становить 3000 тис. грн, постійні витрати обігу – 180 тис. грн, рівень валового доходу – 20%, ставка ПДВ – 20%.

Розрахувати максимально можливий для забезпечення беззбиткової роботи підприємства рівень витрат.

Розв'язання:

Виразимо рівень валового доходу і ставку ПДВ у частках одиниці, розрахуємо максимально можливий для забезпечення беззбиткової роботи підприємства рівень змінних витрат.

$$P_{зм.мах} = [D_{вд} \cdot (1 - C_{пдв}) - D_{пост}] \cdot 100\%$$

$$D_{пост} = \frac{Витр\ пост}{Т/о}$$

$$P_{зм.мах} = [0,2 \cdot (1 - 0,20) - 180/3000] \cdot 100\% = 10\%.$$

Отже, для того, щоб підприємство не увійшло до розряду збиткових, планова сума змінних витрат обігу не повинна перевищувати 300 тис. грн ($3000 \cdot 10\%$), а загальна суму витрат – не перевищувати 480 тис. грн ($300 + 180$).

ПРИКЛАД 2

Товарооборот торговельного підприємства склав за рік 2000 тис. грн, загальна сума витрат обігу становить 650 тис. грн. Яким буде рівень витрат обігу? Що характеризує цей показник?

Розв'язання:

Рівень витрат обігу розрахуємо за формулою:

$$P_v = \frac{BO}{T} \cdot 100\% = \frac{650}{2000} \cdot 100\% = 32,5\%$$

Рівень витрат показує, що на кожні 100 гривень товарообороту припадає 32,50 грн витрат торговельного підприємства. Іншими словами, рівень витрат 32,5% показує частку поточних витрат підприємства в ціні товарів, що реалізуються.

ПРИКЛАД 3

На підставі наведених нижче даних зробити висновок, яке з двох торговельних підприємств працювало більш ефективно (з позицій економії витрат):

Таблиця 5.2

Показники	Підприємство №1	Підприємство №2
Товарооборот, тис. грн	2000	4000
Рівень витрат обігу (%)		
а) по плану	31,2	33,5
б) фактично	30,1	32,4

Розв'язання:

Для порівняння показників розрахуємо розмір зміни рівня витрат обігу та темп зміни рівня витрат обігу. Розрахунки проведемо в таблиці:

Таблиця 5.3

Показники	№1	№2
1.Товарооборот, тис. грн	2000	4000
2.Рівень витрат обігу, %		
а) по плану (P_n)	по плану (P_n)	31,2
б) фактично (P_ϕ)	фактично (P_ϕ)	30,1
3. Розмір зміни рівня витрат обігу, %: ($P_\phi - P_n$)	-1,1	-1,1
4. Темп зміни рівня витрат обігу, %: $\frac{P_\phi - P_n}{P_n} \cdot 100\%$	-3,5	-3,3

Розмір зміни рівня витрат, як у нашому прикладі, може бути однаковим на двох підприємствах, проте різними можуть бути темпи зміни рівня (інтенсивність зростання або зниження рівня витрат). За розрахунками підприємство №1 більш інтенсивно знижувало витрати (рівень витрат знизився на 3,5%), ніж підприємство №2 (тут рівень витрат знизився на 3,6%).

Висновок: перше підприємство більш ефективно проводило мінімізацію витрат.

ПРИКЛАД 4

Проаналізувати витрати обігу торговельного підприємства «Євробудинок», якщо відомо: фактичний товарооборот у попередньому році склав 1200 тис. грн, у звітному – 1250 тис. грн при плані 1220 тис. грн. Загальна сума витрат у попередньому році склала 498 тис. грн, у звітному – 533,13 тис. грн при плані 519,72 тис. грн.

Розв'язання:

Розрахунки проведемо за допомогою таблиці:

Таблиця 5.4.

Показники	Попередній період. фактично	Звітний		Відхилення від плану (+,-)
		план	факт.	
1.Товарооборот, тис. грн	1200	1220	1250	+30
2.Витрати обігу				
а) сума, тис. грн	498,00	519,72	533,13	+13,4
б) рівень до товарообороту, %	41,50	42,60	42,65	+0,05
$P_{\phi} = \frac{BO}{T} \cdot 100$				
3.Сума витрат обігу в перерахунку на фактичний товарооборот 2011р., тис. грн	X	532,5	X	X

Абсолютне відхилення витрат (різниця між їх фактичною і плановою сумою):

$$\Delta BO = 533,13 - 519,72 = +13,41 \text{ (тис. грн)}$$

Відносне відхилення (економія чи перевитрати) у перерахунку на фактичний товарооборот:

$$\sum B = \pm \frac{T_{\phi} \cdot (P_{\phi\phi} - P_{\phi\text{пл}})}{100},$$

де T_{ϕ} – фактичний товарооборот;

$P_{\phi\phi}$ – рівень витрат обігу фактичний;

$P_{\phi\text{пл}}$ – рівень витрат обігу плановий.

$$\sum B = \pm \frac{1250 \cdot (42,65 - 42,60)}{100} = +0,63 \text{ (тис. грн)}$$

або:

спочатку розраховується різниця між фактичною сумою витрат і сумою витрат в перерахунку планового рівня на фактичний товарооборот

$$B_{ум} = \pm \frac{P_{во} \cdot T/оф}{100},$$

$$\frac{42,60 \cdot 1250}{100} = 532,50 \text{ тис. грн}$$

$$\sum B = \pm \frac{B_{оф} - P_{вопл} \cdot T/оф}{100},$$

$$\sum B = \pm (533,13 - 532,50) = + 0,63 \text{ (тис. грн)}$$

Порівняно з попереднім роком рівень витрат обігу підвищився:

$$42,65\% - 41,50\% = +1,15\%$$

в перерахунку на фактичний товарооборот звітного року це складає суму

$$\frac{1,15\% \cdot 1250 \text{ тис. грн}}{100} = 14,38 \text{ тис. грн}$$

Висновок: порівняно з планом мають місце перевитрати в обсязі 0,63 тис. грн, порівняно з минулим роком рівень витрат підвищився на 1,15%, що в сумі складає 14,38 тис. грн. Завданням подальшого аналізу є з'ясування основних причин, які призвели до цих негативних тенденцій у фінансовій діяльності підприємства.

ПРИКЛАД 5

Проаналізувати вплив зміни цін на рівень витрат обігу торговельного підприємства «Овочі» на протязі III-го кварталу, якщо відомо, що ціни на товари даної групи за квартал знизилися в середньому на 7%, товарооборот за III-й квартал склав 2160 тис. грн, загальна сума витрат – 1057,6 тис. грн, частка витрат обігу, які залежать від зміни цін – 60%.

Розв'язання:

1. Індекс цін:

$$I_{ц} = \frac{100\% - 7\%}{100} = 0,93$$

2. Загальний рівень витрат до товарообороту за новими цінами:

$$P_{в} = \frac{1057,6}{2160} \cdot 100\% = 48,9\%$$

3. Рівень умовно-змінних витрат (залежних від цін) до товарообороту за новими цінами:

$$P_{зм.нов} = \frac{48,9 \cdot 60}{100} = 29,3\%$$

4. Рівень умовно-змінних витрат (залежних від цін) до товарообороту в старих цінах:

$$P_{зм.стар} = 29,3\% \cdot 0,93 = 27,2\%$$

5. Зміна рівня витрат:

$$\Delta P_{зм} = 29,3\% - 27,2\% = +2,1\%$$

Висновок: рівень витрат обігу торговельного підприємства «Овочі» за рахунок зниження цін на протязі III-го кварталу підвищився на 2,1%.

ПРИКЛАД 6

Використовуючи наведені в таблиці дані, потрібно розрахувати абсолютну та відносну економію (перевитрати) витрат обігу торговельного підприємства:

Таблиця 5.5.

Показники	план	факт
Товарооборот, тис. грн	400	420
Рівень умовно-змінних витрат, %	4,0	4,1
Умовно-постійні витрати, тис. грн	7,5	10,0

Розв'язання:

1. Загальна сума витрат обігу за планом:

$$B_{заг} = B_{зм} + B_{пост}$$

$$B_{заг\ пл.} = 400 \cdot 0,04 + 7,5 = 23,5 \text{ (тис. грн)}$$

2. Фактичні витрати обігу:

$$B_{факт} = 420 \cdot 0,041 + 10 = 27,22 \text{ (тис. грн)}$$

3. Абсолютна сума перевитрат:

$$П_{абс} = 27,22 - 23,5 = 3,72 \text{ (тис. грн)}$$

4. Планові витрати в перерахунку на фактичний товарооборот:

$$B_{пл.перерах} = \frac{23,5 \cdot 420}{400} = 24,68 \text{ (тис. грн)}$$

5. Відносна сума перевитрат:

$$П_{відн} = 27,22 - 24,68 = + 2,54 \text{ (тис. грн)}$$

Висновок: відносна сума перевищення витрат обігу торговельного підприємства становить 2,54 тис. грн.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ

за темою «Витрати торговельного підприємства»

ЗАВДАННЯ №1

Проаналізувати виконання плану витрат обігу за рік для торговельних підприємств №1 і №2, визначити вплив на витрати обсягу реалізації та інших чинників, зробити висновки.

Таблиця 5.6.

Показники	Підприємство №1		Підприємство №2	
	план	фактично	план	фактично
Товарооборот, тис. грн	1425	1415	1620	1670
Витрати обігу, тис. грн	684	687	778	866

ЗАВДАННЯ №2

За допомогою даних таблиці необхідно проаналізувати витрати підприємства. В процесі аналізу визначити:

- а) рівень витрат обігу по плану і фактично;
- б) суму відносної економії або перевитрат;
- в) вплив на витрати обігу підприємства зміни обсягу товарообороту, враховуючи поділ витрат на умовно-постійні і умовно-змінні, що залежать від товарообороту.

Таблиця 5.7.

Показники	План		Фактичне виконання	
	сума, тис. грн	% до товарообороту	сума, тис. грн	% до товарообороту
Умовно-змінні витрати		28		28,8
Умовно-постійні витрати	554,4		574,6	
Товарооборот	1870		1940	

ЗАВДАННЯ №3

На підставі наведених в таблиці даних проаналізуйте виконання плану витрат обігу торговельного підприємства. Необхідно визначити:

1. Рівень витрат обігу по підприємству в цілому по плану, фактично і в перерахунку на планову структуру товарообороту.
2. Відносну економію (перевитрати) по витратам обігу.
3. Вплив зміни структури товарообороту та інших факторів на рівень витрат обігу підприємства.

Таблиця 5.8.

Товарні групи	Товарооборот, тис. грн		Питома вага, %		Рівень витрат обігу, %	
	план	фактично	план	факт	план	факт
Тканини	2700	2480			2,8	2,80
Взуття	2220	2728			3,10	3,20
Галантерея	1440	1736			5,25	5,35
Канцелярські товари	5640	5456			2,90	2,80
РАЗОМ	12011	12400	100	100	x	x

6. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Величина доходів є одним з фінансово-економічних результатів господарської діяльності торговельного підприємства.

За своїм економічним призначенням доходи торговельного підприємства мають забезпечити розв'язання сукупності завдань, які мають вирішальне значення для підприємства в ринкових умовах, а саме покривати витрати, надавати можливість виконувати фінансові обов'язки перед державою і створювати джерела для стимулювання свого подальшого розвитку.

Слід мати на увазі, що на сучасному етапі торговельні підприємства формують свої доходи з різних джерел і по різних видах господарських операцій.

Сума доходів торговельного підприємства, отриманих з усіх джерел і по всіх видах господарських операцій, називається *валовим доходом*.

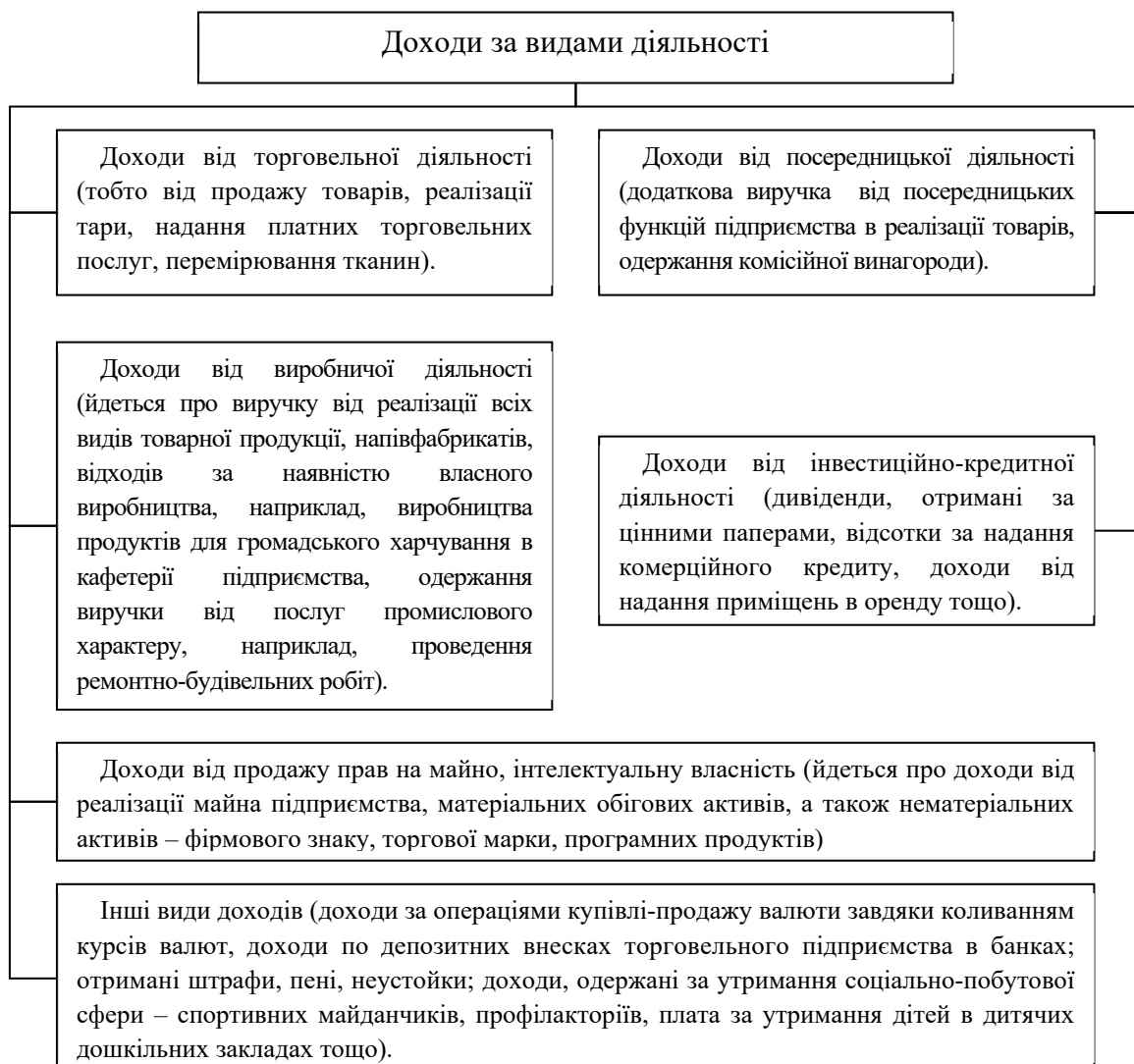


Рис. 6.1. Доходи за видами діяльності

Зауважимо, що *доходи від торговельної діяльності*, тобто від реалізації товарів і платних торговельних послуг *вважаються основним видом доходів торговельних підприємств*. Вони містять доходи як від роздрібних, так і від оптових (гуртових) торговельних операцій.

Варто підкреслити, що *джерелом* формування доходів від реалізації товарів є торгова надбавка до ціни придбання товарів (різниця між продажною та закупівельною ціною товарів, які реалізуються) та торговельна знижка з продажної ціни товару.

За економічною природою торговельні надбавки та знижки уявляють собою ціну на послуги торговельного підприємства. Йдеться про послуги, які надаються торговельним персоналом покупцям поряд з продажем товарів. Місце торговельної надбавки (знижки) у структурі роздрібною ціни товару можна побачити на рисунку 6.2.

Сукупність доходів від реалізації товарів і платних торговельних послуг формує на торговельному підприємстві валовий *доход від торгової діяльності*.

Оптова ціна підприємства		Акцизний збір	ПДВ				
Собівартість	Прибуток						
Відпускна ціна підприємства			Витрати обігу	Прибуток	ПДВ		
			Надбавка оптової торгівлі				
Відпускна ціна оптового підприємства					Витрати обігу	Прибуток	ПДВ
					Торговельна надбавка роздрібного торговельного підприємства		
Роздрібна ціна реалізації товару							

Рис. 6.2. Структура роздрібною ціни товару торговельного підприємства

Доходи від реалізації товарів характеризуються за допомогою наступних фінансово-економічних показників.

Сума доходів від реалізації товарів. Відображає загальний розмір торговельних надбавок, отриманих в процесі реалізації товарів у певному періоді.

Рівень доходів від реалізації товарів. Розраховується за формулою:

$$P_{\partial} = \frac{ВД}{T} \cdot 100\%, \quad (6.1)$$

де P_{∂} – рівень доходів від реалізації товарів, %;
 $ВД$ – загальна сума доходів від реалізації товарів в певному періоді;
 T – загальний обсяг реалізації товарів в цьому ж періоді.

На суму доходів від реалізації товарів *впливають наступні чинники:*

а) *рівень цін закупівлі товарів у постачальників.* Від підприємства в певній мірі залежить вибір найбільш прийнятних для торговельного підприємства цін закупівлі. Виходячи з цього, є актуальним завдання обґрунтування ефективності комерційних операцій по закупівлі товарів у різних постачальників;

б) *рівень цін реалізації товарів покупцям.* Визначається ціною політикою підприємства, яке має регулювати рівень цін диференційовано в межах окремих товарів з урахуванням стану попиту на них, рівня витрат обігу, рівня податкомісткості, необхідності забезпечення цільової суми прибутку, наявності конкурентів тощо;

в) *обсяг товарообороту, його асортиментна структура.*

Доходи торговельного підприємства слід розглядати як найважливіший фінансовий показник, який є джерелом покриття усіх поточних витрат, пов'язаних з комерційною та господарською діяльністю торговельного підприємства, сплати податку на додану вартість та формування прибутку підприємства.

Прибуток є вираженням в грошовій формі чистим доходом від підприємницької діяльності, що отримується як різниця між сукупними доходами і сукупними витратами торгового підприємства.

В процесі формування фінансового результату діяльності підприємства виникають такі види прибутку: валовий; від операційної діяльності; від звичайної діяльності; від надзвичайної діяльності; чистий прибуток.

Крім цього, на основі податкового обліку підприємства визначають прибуток до оподаткування, який є об'єктом оподаткування податком на прибуток.

Валовий прибуток від реалізації товарів є сумою виручки від реалізації товарів, робіт, послуг, визначувану як різницю між продажною і покупною вартістю товарів. Валовий прибуток від реалізації товарів відображає ціну торгових послуг, тобто долю торгівлі в роздрібній ціні товару. Роздрібна ціна ($Ц$) товару в узагальненому виді обчислюється по формулі:

$$Ц = C + П + Нп + ПДВ + Н + П_n, \quad (6.2)$$

де C – собівартість виробництва товару, грн;
 $П$ – прибуток виробничого підприємства, грн;
 $Нп$ – торгова надбавка посередницького підприємства, грн;
 $ПДВ$ – податок на додану вартість, грн;
 $Н$ – торгова надбавка роздрібного торгового підприємства, грн;
 $П_n$ – податок з продажів, грн.

Валовий прибуток торгового підприємства в основному утворюється за рахунок торгових надбавок. Торгові надбавки встановлюються у відсотках до цін, по яких товар закуповується у виробників (відпускна ціна промисловості) або у посередників (гуртова ціна).

Прибуток, отриманий від реалізації товарів, може розраховуватися двома способами, показаними на рис. 6.3.

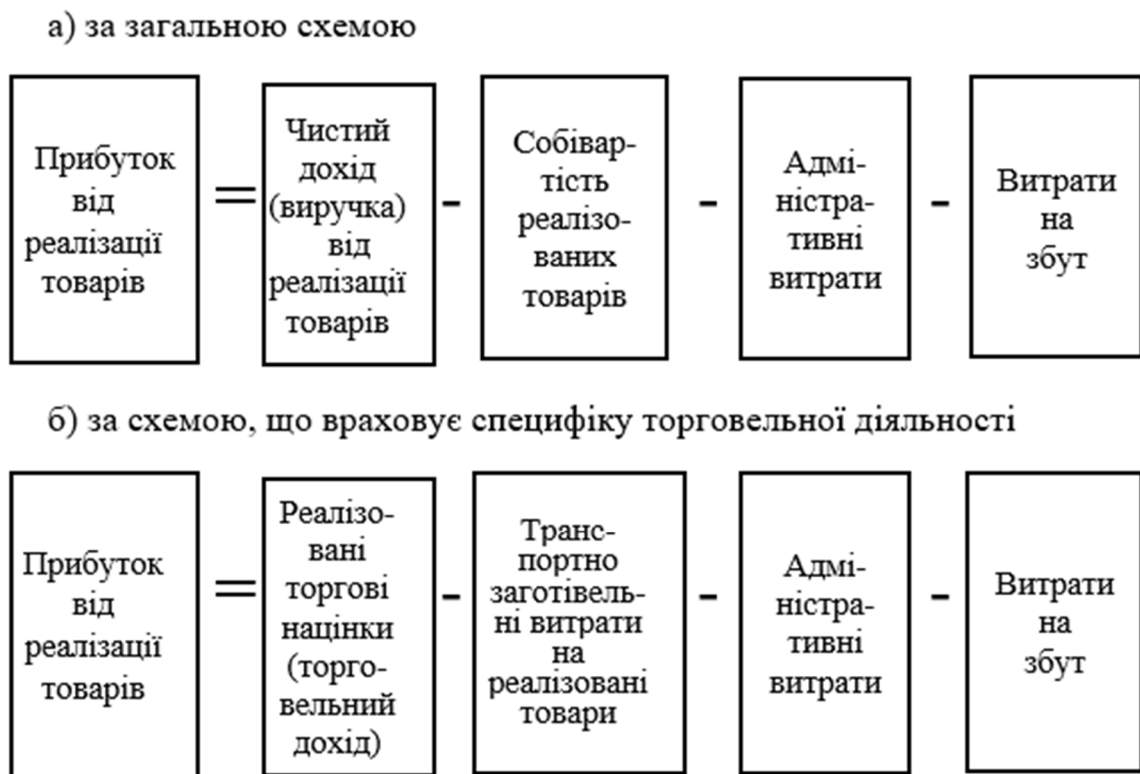


Рис. 6.3. Порядок визначення прибутку від реалізації товарів

Прибуток від реалізації товарів залежить від зміни обсягу товарообороту, середнього рівня валового доходу, що залишається у розпорядженні торгового підприємства і середнього рівня витрат обігу.

Вплив зміни обсягу товарообороту на суму прибутку розраховується за формулою:

$$\Delta\Pi_T = \frac{R_o \cdot (T_1 - T_0)}{100}, \quad (6.3)$$

- де $\Delta\Pi_T$ – вплив зміни обсягу товарообороту, *грн*;
 R_o – рівень рентабельності в попередньому році (чи за планом), % до обороту;
 T_1 – фактичний обсяг товарообороту в звітному році, *грн*;
 T_0 – обсяг товарообороту в попередньому році (за планом), *грн*.

Вплив зміни середнього рівня валового доходу, що залишається у розпорядженні торгового підприємства, визначається по формулі:

$$\DeltaВД = \frac{T_1 \cdot (ВД_1 - ВД_0)}{100}, \quad (6.4)$$

- де $\DeltaВД$ – вплив зміни середнього рівня валового доходу, що залишається у розпорядженні торгового підприємства, *грн*;
 T_1 – фактичний обсяг товарообороту в звітному році, *грн*;
 $ВД_1$ – рівень валового доходу в звітному році, % до обороту;
 $ВД_0$ – рівень валового доходу в попередньому році (за планом), % до обороту.

Зміна рівня витрат обігу визначається по формулі:

$$ВО = \frac{T_1 \cdot (ВО_1 - ВО_0)}{100}, \quad (6.5)$$

- де $ВО$ – вплив зміни рівня витрат обігу, *грн*;
 T_1 – фактичний обсяг товарообороту в звітному році, *грн*;
 $ВО_1$ – рівень витрат обігу в звітному році, % до обороту;
 $ВО_0$ – рівень витрат обігу в попередньому році (за планом), %.

При цьому, напрям впливу зміни рівня витрат обігу на суму прибутку змінюється на протилежний, оскільки зниження рівня витрат обігу веде до збільшення суми прибутку і навпаки.

Операційна діяльність підприємства крім основної, охоплює й іншу діяльність, прибуток від якої може становити суттєву частку загального результату. Це може бути прибуток (збиток) від реалізації іноземної валюти, реалізації інших оборотних активів (крім фінансових інвестицій), прибуток від операційної оренди активів, від визнаних штрафів, неустойок, втрати від знецінення запасів, нестач, псування цінностей.

У формуванні загального фінансового результату підприємства значну роль відіграють прибутки (збитки) від іншої звичайної

діяльності, до якої належить інвестиційна і фінансова. Під інвестиційною діяльністю розуміють придбання та реалізацію необоротних активів, а також фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів. Фінансовою діяльністю вважають діяльність, яка призводить до змін розміру та складу власного та позикового капіталу підприємства.

Визначальний вплив на суму прибутку здійснює валовий прибуток, що залишається у розпорядженні торгового підприємства, який є сумою реалізованих торгових надбавок за виключенням суми податку на додану вартість. Сума валового доходу, що залишається у розпорядженні торгового підприємства, знаходиться в прямій залежності від зміни загальної суми реалізованих торгових надбавок і в зворотній – від сплачених податків. Їх вплив на суму валового доходу, що залишається у розпорядженні торгового підприємства, визначається прямим рахунком шляхом порівняння звітних даних з даними попереднього року (плану).

Сума реалізованих торгових надбавок, що залишається у розпорядженні підприємств торгівлі, залежить від зміни їх середнього рівня у відсотках до обороту і обсягу роздрібного товарообороту, вплив яких вимірюється методом різниці. Так, для визначення впливу на суму реалізованих торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні торгового підприємства, зміни їх середнього рівня необхідно зробити розрахунок за наступною формулою:

$$\Delta H = \frac{(H_1 - H_0) \cdot T_1}{100}, \quad (6.6)$$

де ΔH – вплив зміни середнього рівня торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні торгового підприємства, на суму реалізованих торгових надбавок, *грн*;

H_1 – середній рівень торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні підприємства в звітному році, *% до обороту*;

H_0 – середній рівень торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні торгового підприємства в попередньому році (за планом), *% до обороту*;

T_1 – фактичний обсяг товарообороту в звітному році, *грн*.

Вплив зміни обсягу товарообороту на суму торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні торгового підприємства, розраховується за формулою:

$$\Delta NP = \frac{H_{0\text{сер}} \cdot (T_1 - T_0)}{100}, \quad (6.7)$$

де ΔNP – вплив зміни обсягу товарообороту на суму торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні підприємства, *грн*;
 $H_{0\text{сер}}$ – середній рівень торгових надбавок, що залишаються у розпорядженні підприємства в попередньому році, % до обороту;
 T_0 – обсяг товарообороту в попередньому році, *грн*.

Далі вивчаються чинники, що впливають на середній рівень валового доходу. Він може змінюватися в результаті зміни структури товарообороту (розмірів торгових надбавок на окремі товари і товарні групи). Збільшення в товарообороту долі товарів з вищими торговими надбавками веде до підвищення середнього рівня валового доходу, і навпаки. Вплив зміни структури товарообороту на рівень валового доходу визначається за допомогою процентних чисел з використанням методу різниць.

Аналіз виконання плану по прибутку і валовому доходу, їх динаміки, основних чинників, що впливають на їх величину, слід доповнити аналізом напрямів використання прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства. При цьому аналізуються як абсолютні суми використання прибутку на ті або інші цілі, так і структура її використання, яка може бути проаналізована за допомогою системи коефіцієнтів.

Коефіцієнт оподаткування прибутку розраховується по формулі:

$$K_n = \frac{P_{од}}{ВП}, \quad (6.8)$$

де K_n – коефіцієнт оподаткування прибутку;
 $P_{од}$ – сума податку на прибуток і інші податки, що виплачуються за рахунок прибутку, *грн*;
 $ВП$ – валовий прибуток, *грн*.

Цей коефіцієнт показує, яка частка прибутку торгового підприємства вилучається у торгового підприємства до бюджетів різних рівнів у вигляді податків і зборів.

Коефіцієнт прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства (коефіцієнт чистого прибутку), може бути визначений по формулі:

$$K_{чп} = \frac{ЧП}{ВП}, \quad (6.9)$$

де $K_{чп}$ – коефіцієнт чистого прибутку;
 $ЧП$ – чистий прибуток підприємства, *грн*.

Цей коефіцієнт характеризує долю прибутку, що залишається у розпорядженні торгового підприємства ($K_n + K_{чп} = 1$).

Коефіцієнт капіталізації прибутку, що характеризує його частку, що спрямовується на виробничий розвиток підприємства, визначається по формулі:

$$K_{кп} = \frac{\Phi H}{\text{ЧП}}, \quad (6.10)$$

де $K_{кп}$ – коефіцієнт капіталізації прибутку;

ΦH – сума прибутку, що направляєється до фонду накопичення підприємства, грн.

Формування чистого прибутку відбувається за схемою, що зображена на рис.6.4.

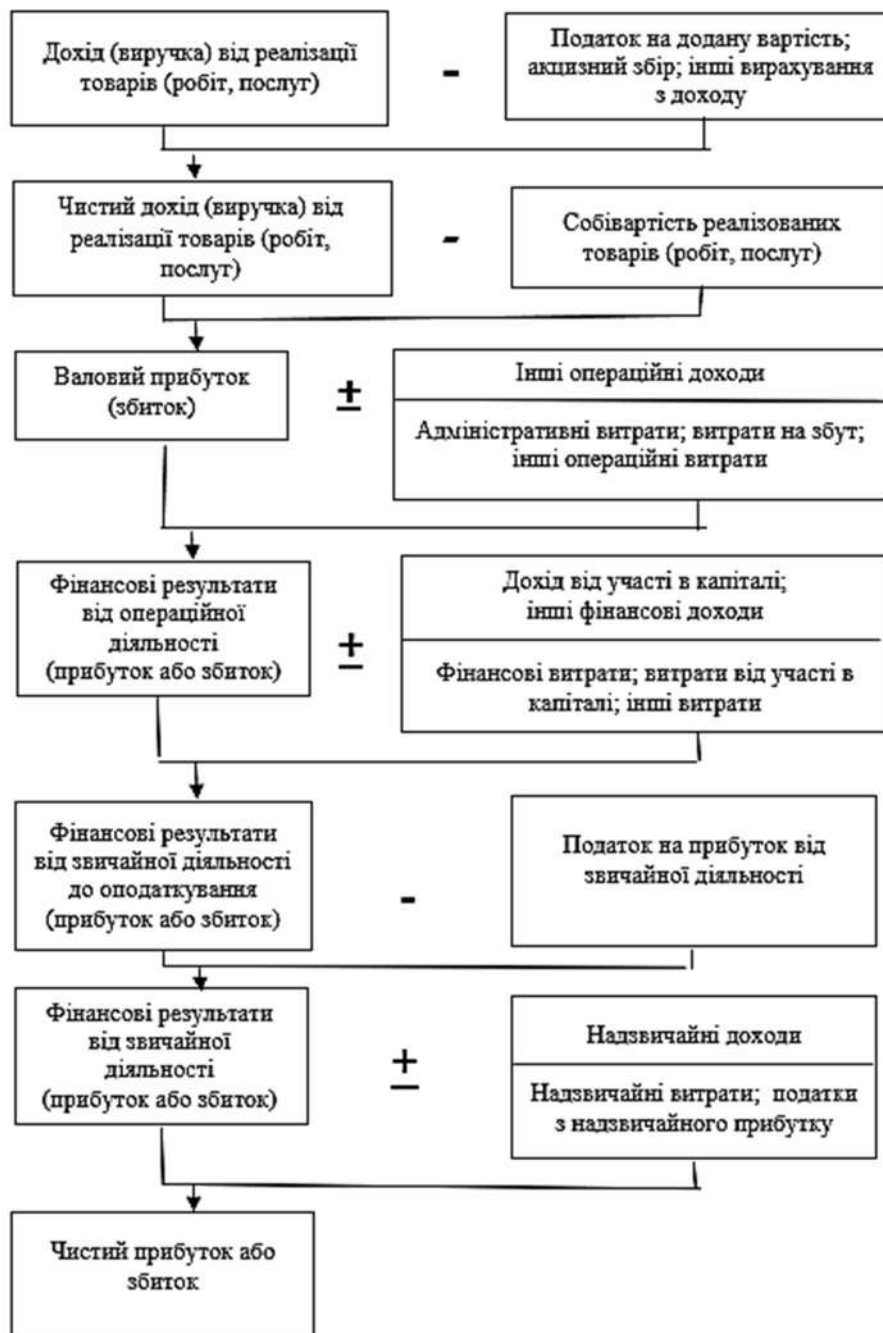


Рис. 6.4. Схема формування чистого прибутку підприємства

У складі чистого прибутку торговельного підприємства основним, а в багатьох випадках – єдиним елементом його формування є прибуток, отриманий від основної діяльності – торговельної.

Планування прибутку є процесом розробки системи заходів по забезпеченню її формування в необхідному обсязі і ефективного використання відповідно до завдань розвитку підприємства в майбутньому періоді.

Для планування прибутку торгового підприємства можуть бути використані наступні методи: методи прямого рахунку; нормативний метод; метод цільового планування.

Метод прямого рахунку є відносно простим і досить надійним методом планування прибутку, згідно з яким розробці плану по прибутку повинні передувати розрахунки планових сум валового доходу і витрат обігу, обґрунтування по отриманню прибутків від інших видів діяльності, прибутків і витрат від надзвичайних подій.

Для обґрунтування суми валового доходу торгове підприємство повинне розрахувати план товарообороту по окремих товарах і товарних групах, розробити для себе цінову політику, в якій визначити передбачувану тенденцію руху цін і рівня торгових надбавок, що встановлюються підприємством. Розрахунок планової суми валового прибутку повинен включати і розрахунки по економічному обґрунтуванню планової величини витрат обігу.

Планова сума чистого прибутку торгового підприємства розраховується за формулою:

$$ЧП_n = ВД - ПДВ_n - ВО_n + П_{нтд} \pm ПРП - П_n \pm ПНП \quad (6.11)$$

де $ЧП_n$ – планова сума чистого прибутку, грн;

$ВД$ – планова сума валового доходу від реалізації товарів, грн;

$ПДВ_n$ – планова сума податку на додану вартість, грн;

$ВО_n$ – планова сума витрат обігу, грн;

$П_{нтд}$ – планова сума прибутку від неторгової діяльності, грн;

$ПРП$ – планове сальдо прибутків і витрат від інших видів діяльності, грн;

$П_n$ – планова сума податку на прибуток, грн;

$ПНП$ – планове сальдо прибутків і витрат від надзвичайних подій, грн.

Розглянутий метод прямого рахунку дозволяє отримати досить точні результати планової суми чистого прибутку, проте він має і

недоліки. Передусім, він недостатньо орієнтований на досягнення цільових (нормативних) показників рівня чистого прибутку. Крім того, цей метод дозволяє здійснювати тільки одноваріантний розрахунок планованих показників.

Досить простим методом планування прибутку торгового підприємства є *нормативний метод*, але умовою його застосування є наявність на підприємстві відповідної нормативної бази. Такими нормативами можуть виступати норма прибутку на одиницю товарообороту або норма прибутку на власний капітал.

Згідно з цим методом планована сума чистого прибутку торгового підприємства обчислюватиметься по формулі:

$$ЧП_n = \frac{T_n \cdot R_n}{100}, \quad (6.12)$$

де $ЧП_n$ – планова сума чистого прибутку, грн;
 T_n – планований обсяг товарообороту, грн;
 R_n – нормативний рівень рентабельності, % до обороту;

або:

$$ЧП_n = \frac{ВК_{n\text{ сеп}} \cdot H_{чп}}{100}, \quad (6.13)$$

де $ЧП_n$ – планова сума чистого прибутку, грн;
 $ВК_{n\text{ сеп}}$ – середня сума власного капіталу, залучена в діяльності підприємства в плановому періоді, грн;
 $H_{чп}$ – норма чистого прибутку на власний капітал, %.

Процес планування прибутку торгового підприємства повинен завершуватися комплексною ув'язкою її суми з системою показників, що формують його: обсягом товарообороту, витратами обігу, валовим доходом (цінковою політикою).

Сума валового доходу, необхідного підприємству для отримання запланованої суми валового прибутку, покриття витрат обігу і сплати податку на додану вартість, складе:

$$ВД_n = ВП_n \cdot (1 - C_{ндв}), \quad (6.14)$$

де $ВД_n$ – сума валового доходу підприємства в планованому році, грн;
 $ВП_n$ – сума валового прибутку підприємства в планованому році, грн;
 $ВО_n$ – сума витрат обігу підприємства в планованому році, грн;
 $C_{ндв}$ – встановлена законодавством (розрахункова) ставка податку на додану вартість (виражена десятковим дробом).

Планована на майбутній рік сума витрат обігу торгового підприємства може бути розрахована за формулою:

$$BO_n = BO_{\text{пост.ф.}} + BO_{\text{ум.зм.}} \cdot T_n, \quad (6.15)$$

де BO_n – сума витрат обігу підприємства в планованому році, грн;
 $BO_{\text{пост.ф.}}$ – фактична сума умовно-постійних витрат обігу підприємства в звітному році, грн;
 $BO_{\text{ум.зм.}}$ – рівень умовно-змінних витрат обігу підприємства в звітному році (виражений десятковим дробом);
 T_n – обсяг товарообороту підприємства в планованому році, грн.

Плановий обсяг товарообороту є завершальним показником в комплексній системі показників, що забезпечують підприємству отримання необхідної суми прибутку. Він розраховується за наступною формулою:

$$T_n = \frac{ВД_n}{H}, \quad (6.16)$$

де T_n – обсяг товарообороту підприємства в планованому році, грн;
 $ВД_n$ – сума валового доходу підприємства в планованому році, грн;
 H – середній рівень торгової надбавки, % до роздрібного товарообороту в планованому році, виражений десятковим дробом.

На основі взаємозв'язку суми прибутку торгового підприємства з обсягом товарообороту, валовим доходом (торговими надбавками) і витратами обігу можна виділити роль окремих чинників її формування і забезпечити ефективне управління цим процесом. Змінюючи значення одного з показників цього взаємозв'язку, можна розробити господарську стратегію підприємства на планований рік.

Абсолютна величина прибутку – це узагальнюючий показник обсягу фінансових коштів підприємства для розрахунків з бюджетом та позабюджетними фондами, формування фондів підприємства, призначених для стимулювання і розширеного відтворення. Проте цей показник не дає уявлення про ступінь ефективності господарської діяльності підприємства. Для цього використовують відносний показник – *рентабельність*.

Рівень рентабельності (рівень прибутковості) визначається як процентне відношення абсолютної суми одержаного прибутку до обсягу товарообороту, величини витрат обігу, середньої величини основних і оборотних коштів, фонду оплати праці, трудових ресурсів,

величини капіталу (загального, власного, функціонуючого, перманентного) тощо. Отже, рентабельність торговельного підприємства може характеризуватися системою показників.

Так, рентабельність товарообороту (рівень прибутковості) визначається наступним чином:

1. Для підприємств роздрібно́ї торгівлі:

$$P_n = \frac{\Pi}{T} \cdot 100\%, \quad (6.17)$$

де P_n – рівень рентабельності (рівень прибутковості), %;

Π – абсолютна сума прибутку, грн;

T – роздрібна реалізація (обсяг роздрібного товарообороту), грн.

2. Для підприємств оптової торгівлі:

$$R_n = \frac{\Pi_{opt}}{T_{opt}} \cdot 100\%, \quad (6.18)$$

де R_n – рівень рентабельності (рівень прибутковості), %;

Π_{opt} – абсолютна сума прибутку підприємства оптової торгівлі, грн;

T_{opt} – оптова реалізація (обсяг оптового товарообороту), грн.

3. Для підприємств громадського харчування:

$$K_n = \frac{\Pi_{zx}}{T_{zx}} \cdot 100\%, \quad (6.19)$$

де K_n – рівень рентабельності (рівень прибутковості), %;

Π_{zx} – абсолютна сума прибутку підприємства громадського харчування, грн;

T_{zx} – валовий оборот підприємства громадського харчування, грн.

Рівень прибутку показує, яка величина прибутку припадає на одиницю товарообороту або частку торговельного прибутку в ціні товару.

При вивченні даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [3, 5, 7, 16, 17, 20, 23].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

Необхідно проаналізувати динаміку рівня доходів торговельного підприємства від роздрібної реалізації товарів, враховуючи, що ціни на товари у 2023 р. підвищилися в середньому на 11%, а частка доходів, які залежать від зміни цін, склала 25%.

Таблиця 6.1

Показник	Минулий рік	Звітний рік
Товарооборот, <i>тис. грн</i>	240	290
Доходи від реалізації товарів, <i>тис. грн</i>	70	90

Розв'язання:

1. Індекс цін (відношення нових цін до старих цін):

$$I_{ц} = \frac{111}{100} = 1,11$$

2. Товарооборот звітного року в цінах 2022 року:

$$T = \frac{290}{1,11} = 261,3 \text{ тис. грн}$$

3. Обсяг доходів звітного року, в цінах 2022 року:

$$D_{2022} = \frac{90 \cdot 0,25}{1,11} = 20,3 \text{ тис. грн}$$

4. Загальна сума доходів звітного року в цінах 2022 р.:

$$ВД = 90 \cdot 0,75 + 20,3 \text{ тис. грн} = 87,8 \text{ тис. грн}$$

5. Рівень доходів минулого року:

$$P_{\partial} = \frac{ВД}{T} \cdot 100\% = \frac{70}{240} \cdot 100\% = 29,2\%$$

6. Рівень доходів звітного року:

$$P_{\partial} = \frac{ВД}{T} \cdot 100\% = \frac{87,8}{261,3} \cdot 100\% = 33,6\%$$

7. Динаміка рівня доходів:

$$33,6\% - 29,2\% = +4,4$$

Висновок: Рівень доходів у звітному році в порівнянні з минулим роком підвищився на 4,4%.

ПРИКЛАД 2

План валового доходу магазину на наступний рік – 5,5 тис. грн, фактично валовий дохід за рік склав 5 тис. грн, в тому числі 25% припадає на перший квартал. Ціни з 1 квітня були знижені в середньому на 5%. Проаналізуйте виконання плану валового доходу.

Розв'язання:

1. Індекс цін (відношення нових цін до старих цін):

$$I_{ц} = \frac{100 - 5}{100} = 0,95$$

2. Фактичний валовий дохід магазину в 1 кварталі наступного року в порівняних цінах (25% від річної суми):

$$ВД = 5 \cdot 0,25 = 1,25 \text{ (тис. грн)}$$

3. Фактичний валовий дохід магазину в останніх трьох кварталах у порівняних цінах:

$$ВД_{\text{порівн}} = \frac{5 - 1,25}{0,95} = 3,95 \text{ (тис. грн)}$$

4. Фактичний валовий дохід магазину в порівняних цінах за рік в цілому:

$$ВД_{\text{ф порівн.}} = 1,25 + 3,95 = 5,20 \text{ (тис. грн)}$$

5. Виконання плану по валовому доходу:

$$P_{\text{вд}} = \frac{5,2 \text{ тис. грн}}{5,5 \text{ тис. грн}} \cdot 100\% = 94,5\%$$

Висновок: в порівняних цінах план по валовому доходу невиконаний на 5,5%, що в сумі складає 0,3 тис. грн.

ПРИКЛАД 3

Проаналізувати виконання плану валового доходу торговельного підприємства, якщо відомо: товарооборот по плану становить 1220 тис. грн, фактично – 1250 тис. грн; валовий дохід по плану – 562,42 тис. грн, фактично – 577,5 тис. грн.

Розв'язання:

1. Рівень валового доходу по плану складає:

$$P_{\text{Дн}} = \frac{ВД}{Т} \cdot 100\% = \frac{562,42}{1220} \cdot 100\% = 46,1\%$$

2. Фактичний рівень валового доходу:

$$P_{ДФ} = \frac{ВД}{Т} \cdot 100\% = \frac{577,5}{1250} \cdot 100\% = 46,2\%$$

Продовжимо аналіз валового доходу за допомогою складання таблиці:

Таблиця 6.2

Показники	План	Фактично	Відхилення (+,-)
1. Товарооборот, тис. грн	1220	1250	+30
2. Валовий доход			
а) сума, тис. грн	562,42	577,5	+15,08
б) рівень, %	46,1	46,2	+0,1

3. Проаналізуємо вплив окремих чинників на збільшення валового доходу порівняно з планом.

Зміна суми доходу відбулося в основному за рахунок впливу наступних факторів:

1) вплив зміни обсягу товарообороту.

Збільшення реалізації товарів на 30 тис. грн привело до зростання суми доходу на 13,83 тис. грн:

$$\frac{30}{100} \cdot 46,1 = +13,83 \text{ тис. грн}$$

2) вплив зміни асортиментної структури товарообороту.

Зміни структури товарообороту (їх характеризує зміна рівня валового доходу) також привели до збільшення суми доходу:

$$\frac{1250}{100} \cdot (+0,1\%) = +1,25 \text{ тис. грн}$$

Разом вплив окреслених факторів складе суму відхилення валового доходу в 2011 році від його планової величини:

$$+13,83 + (+1,25) = +15,08 \text{ (тис. грн)}$$

Висновок: аналіз валового доходу торговельного підприємства засвідчив, що на відхилення фактичної величини валового доходу від планової (15,08 тис. грн) вплинуло два чинника – перевиконання плану товарообороту на 30 тис. грн (забезпечило зростання доходу на 13,83 тис. грн) і зміна середнього проценту надбавок (середнього рівня валового доходу) з 46,1% згідно плану до 46,2% фактично, що дало змогу додатково одержати доходу на суму 1,25 тис. грн.

ПРИКЛАД 4

Використовуючи наведені в таблиці дані, необхідно оцінити динаміку рівня рентабельності товарообороту магазину, враховуючи, що ціни на товари у 2023 році зросли в середньому на 10%.

Таблиця 6.3

Показники	2022 р.	2023 р.
Товарооборот, тис. грн	480	500
Обсяг прибутку, тис. грн	80	100

Розв'язання:

1. Товарооборот 2022 р. в цінах 2023 р.:

$$T = 480 \cdot 1,1 = 528 \text{ (тис. грн)}$$

2. Обсяг прибутку 2022 р. в цінах 2023 р.:

$$П = 80 \cdot 1,1 = 88 \text{ (тис. грн)}$$

3. Рівень прибутку 2022 р. (в цінах 2023 р.):

$$P_n = \frac{88}{528} \cdot 100\% = 16,7\%$$

4. Рівень прибутку в 2023 р.:

$$P_{n\ 2023} = \frac{100}{500} \cdot 100 = 20,0\%$$

5. Відхилення рівня прибутку:

$$20,0\% - 16,7\% = +3,3\%$$

6. Динаміка (темп зростання):

$$\frac{20,0\%}{16,7\%} \cdot 100\% = 119,8\%$$

Висновок: Рівень рентабельності товарообороту магазину в 2023 році підвищився в порівнянні з 2022 роком на 19,8%.

ПРИКЛАД 5

Плановий обсяг прибутку торговельного підприємства на звітний рік становить 850 тис. грн, фактичний – 630 тис. грн. Через неплановий ремонт в другому кварталі магазин не працював. Проаналізуйте виконання плану по прибутку за умови, що план був розподілений за кварталами рівномірно, частка четвертого кварталу в фактичному обсязі прибутку склала 28%, а з 1 жовтня ціни на товари знизились в середньому на 10%.

Розв'язання:

1. Фактичний обсяг прибутку в 4 кварталі в порівняних цінах:

$$630 \cdot 0,28 \cdot 1,1 = 176,4 \cdot 0,9 = 158,76 \text{ (тис. грн)}$$

2. Плановий обсяг прибутку на 2 квартал (розрахуємо для корегування плану):

$$850 \cdot 0,25 = 212,5 \text{ (тис. грн)}$$

3. Виконання плану прибутку з урахуванням змін, що відбулися:

$$\frac{630 - 176,4 + 158,76}{850 - 212,5} \cdot 100\% = 96\%$$

Висновок: з урахуванням зміни цін та інших факторів план недовиконаний на 4%.

ПРИКЛАД 6

У таблиці наведені дані, що відображають результати фінансової діяльності торговельного підприємства «Будівельник»:

Таблиця 6.4

Показники	Звітний рік, тис. грн	
	план	фактично
Товарооборот	1220	1250
Валовий дохід	562,42	577,5
Витрати	519,72	533,125
Прибуток	42,7	44,375

Оцінити виконання плану прибутку, розрахувати вплив на прибуток зміни обсягу, структури товарообороту та витрат обігу.

Розв'язання:

Для проведення аналізу складемо таблицю, в якій проведемо розрахунки рівня витрат валового доходу та рентабельності (рівня прибутковості) по плану і фактично.

Таблиця 6.5

Показники	2023 рік				Відхилення від плану, +/-	
	план		фактично		тис. грн	%
	Сума, тис. грн	У % до товарообороту	Сума, тис. грн	У % до товарообороту		
Товарооборот	1220	х	1250	х	+30	х
Валовий дохід	562,42	46,1	577,5	46,2	+15,08	+0,1
Витрати	519,72	42,6	533,14	42,65	+13,41	+0,05
Прибуток	42,7	3,5	44,37	3,55	+1,67	+0,05

Виходячи з аналізу одержаних показників, слід зауважити наступне: сума прибутку по плану як різниця між сумою валового доходу і сумою витрат повинна була складати 42,7 тис. грн або 3,5% до товарообороту, фактично ж вона склала 44,37 тис. грн або 3,55% до товарообороту.

Таким чином, сума фактичного прибутку перевищує планову на 1,67 тис. грн або на 0,05% до товарообороту. Це відбулося за рахунок впливу окремих чинників – зміни обсягу товарообороту, його асортиментної структури, що призвело до зміни рівня валового доходу, зміни рівня витрат. Розрахунок впливу окремих чинників на величину прибутку наведено нижче.

Аналіз впливових чинників на фінансові результати діяльності торговельного підприємства «Будівельник»

1. Розрахунок впливу зміни обсягу реалізації будівельних матеріалів:

$$\frac{(+30 \text{ тис. грн}) \cdot 3,5\%}{100} = +1,05 \text{ тис. грн}$$

Це свідчить про те, що перевиконання плану товарообороту на 30 тис. грн дало змогу додатково одержати (поверх плану) прибутку на суму 1,05 тис. грн.

2. Розрахунок впливу валового доходу:

$$\frac{1250 \cdot (+0,1\%)}{100} = +1,25 \text{ тис. грн}$$

Зміна середнього процента торговельної надбавки (рівня валового доходу) в бік збільшення на 0,1% порівняно з планом сприяло додатковому одержанню прибутку у сумі 1,25 тис. грн.

3. Розрахунок впливу витрат обігу:

$$\frac{1250 \cdot (+0,05)}{100} = +0,625 \text{ тис. грн (негативний чинник)}$$

Отже, перевитрати (зростання рівня витрат на 0,05%) знизили суму прибутку на 0,63 тис. грн.

4. Результат впливу факторів на перевиконання плану прибутку:

$$\Delta\Pi = 1,05 + 1,25 - 0,625 = +1,675 \text{ (тис. грн)}$$

Виходячи з результатів проведеного аналізу, перспективи зростання прибутку торговельного підприємства «Будівельник» знаходяться в залежності від пошуку шляхів зростання доходів, економії витрат, збільшення обсягу реалізації товарів та поліпшення асортиментної структури товарообороту.

При цьому визначається обсяг реалізації, який забезпечує беззбитковість діяльності підприємства.

Беззбитковість – такий стан, коли бізнес не приносить ні прибутку, ні збитків.

Різниця між фактичною кількістю реалізованої продукції та беззбитковим обсягом продажу – це зона безпеки (зона прибутку), і чим вона більша, тим стійкіший фінансовий стан підприємства.

Беззбитковий обсяг продажу та зона безпеки підприємства являються основними показниками при обґрунтуванні управлінських рішень, оцінці діяльності підприємства. Розрахунок даних показників ґрунтується на взаємозв'язку «витрати – обсяг продажу – прибуток».

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАТЬ **за темою «Фінансові результати діяльності** **торгового підприємства»**

ЗАВДАННЯ №1

Розрахувати планову суму та рівень валового доходу для торговельного підприємства за даними:

Таблиця 6.6

Товарні групи	План реалізації, <i>тис. грн</i>	Середня надбавка,%	Сума валового доходу, <i>тис. грн</i>
Радіотовари	950	27,0	
Музичні товари	250	32,0	
Інші культтовари	1100	48,0	
Разом			

ЗАВДАННЯ №2

На підставі звітних даних трьох торговельних підприємств розглянути показники валового доходу у розрахунку на:

- 1 *тис. грн* товарообороту;
- 1 м² площі торгового залу;
- одного працівника підприємства (одну особу).

Після розрахунків зробити висновки щодо економічної ефективності роботи підприємств.

Таблиця 6.7

Показники	Магазин №1	Магазин №2	Магазин №3
Товарооборот за рік, тис. грн	10200	2850	3240
Валовий дохід:			
– в сумі, тис. грн	2870		1196
– у % до товарообороту		35	
Чисельність працівників, осіб	82	41	56
Площа торгового залу, м ²	600	390	460

ЗАВДАННЯ №3

Проаналізувати динаміку рівня доходів торговельного підприємства, враховуючи, що ціни на товари у 2023 р. підвищилися в середньому на 18%, а частка доходів, що залежать від зміни цін, склала 47%.

Таблиця 6.8

Показник	2022 р.	2023 р.
Товарооборот, тис. грн	94	76
Доходи від реалізації товарів, тис. грн	37	38

ЗАВДАННЯ №4.

За допомогою наведеної нижче таблиці проаналізувати виконання плану валового доходу торговельного підприємства і визначити:

- загальну суму товарообороту за квартал по плану і фактично;
- планову і фактичну структуру товарообороту;
- суму і рівень валового доходу по плану і фактично (%);
- суму відхилення фактичного валового доходу від планового показника.

Таблиця 6.9

Товарні групи	Товаро-оборот, тис. грн		Структура товаро-обороту, %		Торгова надбавка, %		Сума валового доходу, тис. грн	
	План	Факт	План	Факт	План	Факт	План	Факт
М'ясо	1880	1020			25,0	25,5		
Ковбаси	1100	1320			24,0	24,2		
Молочні продукти	3520	3660			23,5	24,8		
Разом								

ЗАВДАННЯ № 5

На підставі наведених у таблиці даних розрахувати планову суму та рівень валового доходу для торговельного підприємства:

Таблиця 6.10

Товарні групи	План товарообороту, <i>тис. грн</i>	Середня надбавка, %	Сума валового доходу, <i>тис. грн</i>
Тканини	238	21,0	
Швейні вироби	306	28,0	
Головні убори	102	32,0	
Галантерея	204	36,0	
Разом	238		

ЗАВДАННЯ № 6

План валового доходу магазину «Квіти» на перший квартал 2023 р. – 3,5 *тис. грн*, фактично валовий дохід склав 4,2 *тис. грн*, в тому числі 42% припадає на березень. Ціни на квіти у березні зросли в середньому на 20%. Проаналізуйте виконання плану валового доходу.

ЗАВДАННЯ № 7

На підставі наведених в таблиці даних виконати наступне:

- розрахувати показники, яких в таблиці не вистачає;
- проаналізувати виконання плану прибутку торговельного підприємства;
- з'ясувати, які чинники і в якій мірі вплинули на прибуток;
- зробити висновки та пропозиції стосовно підвищення рентабельності підприємства.

Таблиця 6.11

Показники	План	Фактично	Відхилення (+,-)
Товарооборот, <i>тис. грн</i>	2990	3016	
Валовий дохід:			
– сума, <i>тис. грн</i>			
– рівень, %	46,1	46,2	
Витрати обігу			
– сума, <i>тис. грн</i>			
– рівень, %	42,6	42,7	
Прибуток			
– сума, <i>тис. грн</i>			
– рівень, %			

ЗАВДАННЯ № 8

Скласти план прибутку (в сумі і у відсотках до товарообороту) та рекомендації для забезпечення його виконання, якщо відомо, що у звітному році:

- товарооборот – 5200 *тис. грн*;

- валовий дохід – 2340 тис. грн;
- витрати обігу – 2236 тис. грн.

Мати на увазі, що у наступному році очікуються зміни в діяльності підприємства, в результаті:

- товарооборот має зрости на 4%;
- валовий дохід зросте на 1,5% (темп зростання);
- рівень витрат має знизитися на 2% (темп зниження).

ЗАВДАННЯ № 9

За допомогою запропонованої таблиці необхідно:

- розрахувати відсутні в таблиці показники;
- перевірити виконання плану прибутку;
- розрахувати вплив окремих чинників на відхилення фактичного прибутку від плану;
- висловити пропозиції стосовно шляхів підвищення рентабельності торговельного підприємства у наступному періоді.

Таблиця 6.12

Показники	План		Фактично		Відхилення	
	Сума, тис. грн	У % до товаро- обороту	Сума, тис. грн	У % до товаро- обороту	Сума, тис. грн	У % до товаро- обороту
Товарооборот	2500		2550			X
Валовий дохід		45,5	1147,5			
Витрати обігу	1075			43,2		

7. ФІНАНСОВО-МАЙНОВИЙ СТАН ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЙОГО ОЦІНКИ

В умовах ринкових відносин суттєво зростає роль фінансово-економічної діяльності торговельних підприємств, успіх якої є неможливим без своєчасного та якісного аналізу фінансового стану, методів оцінки використання капіталу і забезпечення ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та прибутковості. На цій основі здійснюється пошук та реалізуються заходи щодо підвищення і зміцнення фінансової стабільності торговельного підприємства. Систематичний аналіз фінансового стану торговельного підприємства, його фінансової стійкості є необхідним ще й тому, що дохідність торговельного підприємства та величина прибутку багато в чому залежать від його платоспроможності. Фінансовий стан торговельного підприємства враховують також банки, визначаючи режим його кредитування та диференціацію відсоткових ставок.

Фінансово-майновий стан торговельного підприємства – це система економічних відносин, пов'язаних з наявністю і рухом грошових коштів, товаро-матеріальних цінностей, утворенням фінансових ресурсів, реалізацією кредитної політики для повного фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності і розвитку торговельного підприємства.

Фінансово-майновий стан торговельного підприємства безпосередньо залежить від результатів його фінансово-господарської діяльності. Поліпшення фінансового стану торговельних підприємств значною мірою залежить від надходження та реалізації високоякісних товарів, що користуються попитом споживачів. Збільшення обсягів виробництва таких товарів в країні, зниження їхньої собівартості створюють передумови для зростання прибутковості торговельних підприємств, що позитивно впливає на їх фінансовий стан. І навпаки, неритмічність виробничих процесів, погіршення якості товарів, невиконання договорів про їх постачання призводять до зменшення виручки від реалізації у торгівлі, що погіршує платоспроможність торговельних підприємств.

Фінансово-господарська діяльність торговельного підприємства має бути спрямована на організацію систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою забезпечення ефективного функціонування.

Оцінка фінансово-майнового стану – це одна з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності торговельних підприємств. Метою оцінки фінансово-майнового стану підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як підґрунтя стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед партнерами, кредиторами та бюджетом.

Основними напрямками забезпечення фінансово-майнового стану є обґрунтування та прийняття торговельним підприємством адекватних рішень за такими основними видами його діяльності:

– операційна діяльність (управління фінансовими результатами діяльності, забезпечення прибутковості підприємства, ефективне використання фінансових ресурсів);

– фінансова діяльність (управління джерелами формування фінансових ресурсів та їх розподілом, управління пасивами);

– інвестиційна діяльність (управління структурою, обсягами та складом активів підприємства, вибір і реалізація інвестиційних проектів).

Фінансово-майновий стан торговельного підприємства потрібно систематично і всебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Це зумовить поліпшення фінансових результатів діяльності торговельного підприємства, дасть змогу визначити способи ефективного використання фінансових ресурсів та їхнє раціональне розміщення. Неefективне використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності торговельного підприємства і, як наслідок, до можливих перебоїв у реалізації товарів, забезпеченні попиту населення, невиконання плану товарообігу та зниження рентабельності підприємства.

Основними завданнями оцінки фінансово-майнового стану торговельного підприємства є: визначення рентабельності підприємства; вивчення ефективності використання капіталу підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами; оцінка динаміки і стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства; оцінка стану суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та його конкурентоспроможності; визначення ефективності використання фінансових ресурсів. Оцінка фінансово-майнового стану торговельного підприємства є необхідною умовою розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення торговельних підприємств,

мінімізації ризиків за позиками та внесками, а також для інформування інвесторів і кредиторів. Кредитори й інвестори аналізують фінансовий стан торговельних підприємств, щоб мінімізувати свої ризики за позичками та внесками, а також для обов'язкового диференціювання відсоткових ставок.

Аналіз фінансового стану – це частина загального аналізу господарської діяльності торговельного підприємства, який здійснюється аналітиками і ґрунтується на широкій інформаційній базі, включаючи статистичну звітність та оперативні дані. Основний зміст зовнішнього аналізу фінансового стану включає: показники прибутку і рентабельності; ринкової стійкості, ліквідності балансу, платоспроможності торговельного підприємства; ефективності використання залученого капіталу; економічної діагностики фінансового стану підприємства і рейтингової оцінки емітентів.

Внутрішній аналіз фінансового стану торговельного підприємства здійснюється за даними фінансової звітності і включає:

- показники використання майна (капіталу) торговельного підприємства та його вплив на фінансовий стан;
- фінансової стійкості та стабільності торговельного підприємства;
- динаміки прибутку та рентабельності торговельного підприємства і факторів, що на них впливають;
- кредитоспроможності торговельного підприємства;
- ефективності використання власних та залучених фінансових ресурсів;
- ліквідності та платоспроможності торговельного підприємства;
- комплексної оцінки фінансового стану торговельного підприємства.

З огляду на терміни та цілі проведення виокремлюють поточний (оперативний) та прогнозний аналіз фінансового стану торговельного підприємства.

Поточний (оперативний) аналіз фінансового стану проводиться в процесі поточної господарської діяльності з метою оперативного впливу на результати фінансової діяльності.

Прогнозний (перспективний) аналіз фінансового стану здійснюється торговельним підприємством за прогнозними або очікуваними даними, які порівнюють з даними відповідного звітного періоду. Він дає змогу повніше проаналізувати перспективний фінансовий стан і визначити майбутні результати фінансової діяльності торговельного підприємства.

Предметом аналізу фінансового стану торговельного підприємства є його фінансові ресурси, їхнє формування та використання. Для досягнення основної мети аналізу фінансового стану торговельного підприємства – об'єктивної його оцінки та виявлення на цій підставі потенційних можливостей підвищення ефективності формування й використання фінансових ресурсів – можуть застосовуватися різні методи.

Методи фінансового аналізу – це комплекс науково-методичних інструментів та принципів дослідження фінансового стану торговельного підприємства. В економічній практиці використовуються різні методи аналізу фінансового стану торговельного підприємства. При цьому широко застосовуються традиційні методи економічної статистики (середніх та відносних величин, групування, графічний, індексний, елементарні методи оброблення рядів динаміки), а також математико-статистичні методи (кореляційний аналіз, дисперсійний аналіз, факторний аналіз, метод головних компонентів).

Сукупність прийомів та методів, які використовуються для вивчення фінансового стану торговельного підприємства, утворює методологію та методику аналізу.

Аналіз фінансового стану торговельного підприємства здійснюється за допомогою різних моделей, які дають змогу структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками. Існують три головні типи моделей, які застосовуються в процесі аналізу фінансового стану торговельного підприємства: дескриптивні, предикативні та нормативні.

Дескриптивні моделі є головними для оцінки фінансового стану торговельного підприємства. До них належать: побудова системи звітних балансів; подання фінансової звітності в різних аналітичних розрізах; вертикальний та горизонтальний аналіз звітності; система аналітичних коефіцієнтів; аналітичні записки до звітності. Дескриптивні моделі ґрунтуються на використанні інформації з бухгалтерської звітності.

Предикативні моделі – це моделі передбачуваного, прогностичного характеру. Вони використовуються для прогнозування доходів та прибутків торговельного підприємства, його майбутнього фінансового стану. Найпоширеніші з них: розрахунки точки критичного обсягу продажу, побудова прогностичних фінансових звітів, моделі динамічного аналізу (жорстко детерміновані факторні та регресивні моделі).

Нормативні моделі – це моделі, які ґрунтуються на порівнянні фактичних результатів діяльності торговельного підприємства з нормативними. Ці моделі використовуються, як правило, у внутрішньому аналізі фінансового стану. Їх суть полягає у встановленні нормативів на кожен статтю витрат стосовно технологічних процесів, видів виробів та у з'ясуванні причин відхилень фактичних даних від нормативних.

Отже, розгляд сутності фінансово-майнового стану торговельного підприємства передбачає його оцінку та аналіз використання фінансових ресурсів, а також пошук резервів для ефективного використання власного і залученого капіталу.

Звіт про фінансові результати віддзеркалює ефективність (або неефективність) діяльності торговельного підприємства за певний період. Якщо баланс відбиває фінансовий стан торговельного підприємства на конкретну дату, то звіт про фінансові результати дає картину фінансових результатів за відповідний період (квартал, півріччя, рік).

Фінансова звітність торговельних підприємств містить також іншу інформацію щодо стану фінансів торговельних підприємств. На основі аналізу звітних даних визначаються основні тенденції формування й використання фінансових ресурсів, причини змін, що сталися, та резерви поліпшення фінансового стану торговельного підприємства у перспективі.

Фінансовий стан торговельного підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності і залежить від багатьох факторів. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити на основі використання системи показників. Показники оцінки фінансового стану мають бути такими, щоб партнери, які пов'язані із підприємством економічними взаємовідносинами, могли зробити висновок про його фінансову надійність. У кожного з партнерів торговельного підприємства – акціонерів, банків, податкових адміністрацій – свій критерій економічної ефективності господарювання. Тому система показників має дати всебічну оцінку фінансового стану торговельного підприємства.

Фінансовий стан формується в процесі взаємовідносин торговельного підприємства з постачальниками, покупцями, акціонерами, банками та іншими юридичними особами. Однак, безпосередньо від торговельного підприємства залежить міра його економічної привабливості для всіх юридичних осіб, котрі мають

можливість вибору між багатьма підприємствами, спроможними задовольнити їхній економічний інтерес.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану торговельного підприємства є його фінансова стійкість (стабільність).

Фінансова стійкість – це гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, одержання відповідної маси прибутку в результаті господарювання.

Фінансова стійкість – це стан майна торговельного підприємства, що гарантує йому платоспроможність. Фінансова стійкість торговельного підприємства передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитись за рахунок грошових надходжень, а отриманий прибуток забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів.

Фінансова стійкість передбачає здатність торговельного підприємства зберігати заданий режим функціонування за найважливішими фінансово-економічними показниками. Вона може розглядатися як результативна категорія, що характеризує рівень стійкості роботи підприємства, його здатність забезпечити стабільні техніко-економічні показники й ефективно адаптуватися до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Рівень фінансової стійкості впливає на можливості розвитку торговельного підприємства. Визначення меж фінансової стійкості належить до найбільш важливих економічних проблем, тому що недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності торговельного підприємства й відсутності засобів для його розвитку, а надлишкова буде перешкоджати розвитку, формуючи на торговельному підприємстві зайві запаси і резерви. Фінансова стійкість характеризується таким станом фінансових ресурсів, який відповідає вимогам ринку, а їхній розподіл і використання забезпечує розвиток підприємства на основі зростання прибутку й капіталу при збереженні платоспроможності.

За умови нестабільного фінансового стану багатьох торговельних підприємств, можливості їхнього банкрутства, особливого значення набуває систематична оцінка їхньої фінансової стійкості та стабільності. Фінансову стійкість торговельного підприємства характеризують такі чинники: фінансова забезпеченість діяльності; фінансова незалежність від зовнішніх джерел фінансування; здатність

вільно маневрувати грошовими коштами; забезпечення покриття витрат на розширення та оновлення виробництва; стабільне перевищення доходів над витратами.

За рівнем покриття запасів і витрат різними джерелами розрізняють такі види фінансової стійкості фінансового стану торговельного підприємств: абсолютна стійкість фінансового стану; стійкий фінансовий стан; нестійкий фінансовий стан; кризовий фінансовий стан.

Абсолютна стійкість фінансового стану проявляється тоді, коли власні джерела формування оборотних активів покривають запаси і витрати.

Стойкий фінансовий стан проявляється тоді, коли вартість запасів і витрат покривається сумою власних джерел формування оборотних активів і довготерміновими позиченими джерелами.

Нестійкий фінансовий стан проявляється тоді, коли вартість запасів і витрат не покривається сумою власних джерел формування оборотних активів і довготерміновими та короткотерміновими позиченими джерелами.

Кризовий фінансовий стан проявляється тоді, коли вартість запасів і витрат не покриваються всіма видами можливих джерел їхнього забезпечення. Такий стан торговельного підприємства називається банкрутством.

Фінансову стійкість торговельного підприємства тісно пов'язують з перспективною його платоспроможністю. Її аналіз дає змогу визначити фінансові можливості торговельного підприємства на відповідну перспективу. Оцінка фінансової стійкості торговельного підприємства має на меті об'єктивний аналіз величини та структури активів і пасивів торговельного підприємства і визначення на цій основі міри його фінансової стабільності й незалежності, а також відповідності фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства цілям його статутної діяльності.

Деталізований аналіз в динаміці фінансової стійкості і стабільності торговельних підприємств за сукупністю показників уможливить всебічну оцінку стану і тенденцій зміни фінансової стійкості торговельного підприємства будь-якої сфери діяльності, форми власності та визначення наявних потенційних можливостей (резервів) підвищення фінансової стійкості та стабільності.

Одна з найважливіших характеристик фінансового стану торговельного підприємства – забезпечення стабільності його

діяльності в майбутньому. Для оцінки фінансової стійкості та стабільності торговельного підприємства доцільно використовувати систему показників, які розраховуються за даними форми № 1 «Баланс» річного звіту.

1. *Коефіцієнт автономії* (концентрації власного капіталу) – це відношення загальної суми власного капіталу до валюти балансу. Чим більше значення коефіцієнта, тим менша залежність торговельного підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Цей показник характеризує частку власності торговельного підприємства в загальній сумі коштів, інвестованих у його діяльність.

Оптимальний рівень коефіцієнта, що забезпечує фінансову стійкість і незалежність торговельного підприємства від кредиторів $\epsilon \geq 0,5$.

2. *Коефіцієнт фінансової стійкості* – визначається співвідношенням власного і залученого капіталу торговельного підприємства. Зростання цього показника в динаміці свідчить про посилення незалежності торговельного підприємства від кредиторів, тобто про підвищення його фінансової стійкості. Оптимальний рівень коефіцієнта < 1 .

3. *Коефіцієнт довгострокового залучення капіталу* – це відношення суми довгострокових кредитів і довгострокових позик до суми власного капіталу та довгострокових зобов'язань. Цей показник характеризує структуру капіталу. Зростання цього показника – це негативна тенденція, яка означає, що торговельне підприємство починає все сильніше залежати від зовнішніх інвесторів.

4. *Коефіцієнт маневреності власного капіталу* – це відношення суми власного капіталу і довгострокових зобов'язань за мінусом необоротних активів до суми власного капіталу. Цей показник показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто яку вкладено в оборотні кошти, а яку капіталізовано. Оптимальний рівень коефіцієнта $> 0,3$.

5. *Коефіцієнт фінансової залежності* – визначається діленням валюти балансу на суму власного капіталу. Цей показник є оберненим до показника автономії. Він показує, яка сума загальної вартості майна торговельного підприємства припадає на 1 грн власного капіталу. Коли його значення наближається до 1 (чи 100%) це означає, що власники повністю фінансують своє торговельне підприємство. Оптимальний рівень коефіцієнта < 1 .

Фінансово стійким можна вважати таке торговельне підприємство, яке за рахунок власних коштів спроможне забезпечити запаси й

витрати, не допустити невинуваченої кредиторської заборгованості, своєчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями.

За допомогою аналізу коефіцієнтів фінансової стійкості та стабільності торговельного підприємства можна виявити сильні й слабкі позиції торговельного підприємства. Менеджери використовують ці дані для забезпечення ефективної діяльності торговельного підприємства. Важливим є те, що аналіз коефіцієнтів дає змогу виявити взаємозв'язок між балансом і звітом про доходи. Наприклад, щоб розрахувати дохідність інвестицій, необхідно взяти загальну суму активів з балансу та чистий дохід із звіту про доходи. Деякі коефіцієнти також свідчать про ефективність поєднання у підприємстві різних активів і пасивів та як це впливає на масу прибутку.

Кредитори уважно стежать за показниками фінансової стійкості, щоб пересвідчитись, що торговельне підприємство може оплатити свої короткострокові боргові зобов'язання, а також покрити фіксовані платежі доходами. Банки значною мірою будують свою кредитну політику на підставі відповідних коефіцієнтів фінансової стійкості.

Фінансову стійкість суб'єктів господарювання слід розглядати як комплексну категорію, що відображає рівень фінансового стану та фінансових результатів торговельного підприємства, здатність виконувати свої зобов'язання та забезпечувати розвиток діяльності при збереженні кредито- та платоспроможності. Фінансова стійкість торговельного підприємства є передумовою його економічного розвитку.

В основі досягнення внутрішньої стійкості торговельного підприємства лежить своєчасне та гнучке управління внутрішніми факторами його діяльності, тобто головна роль в системі антикризового управління повинна належати широкому застосуванню внутрішніх механізмів фінансової стабілізації.

Забезпечення фінансової стійкості торговельного підприємств та зміцнення його конкурентоспроможності доцільним є використання комплексу заходів щодо вдосконалення управління фінансами, основною спрямованістю якого є у короткостроковій перспективі – усунення проявів неплатоспроможності у разі втрати конкурентних переваг; у середньостроковій – усунення причин, що генерують неплатоспроможність та адаптація до умов діяльності в конкурентному середовищі; у довгостроковій – забезпечення фінансової стійкості торговельного підприємства до впливу зовнішніх факторів конкурентного середовища.

Платоспроможність і ліквідність характеризують фінансовий стан господарюючого суб'єкта, його наявні та потенційні можливості ефективної діяльності. Це свідчить про можливість торговельного підприємства успішно виконувати свої грошові зобов'язання перед іншими суб'єктами ринку.

Ліквідність та платоспроможність розраховуються за даними балансу і відображують фінансові можливості торговельного підприємства у певний період його діяльності. Це характеризує кредитоспроможність торговельного підприємства, що є комплексним поняттям і означає його спроможність погашати заборгованість не тільки в даний момент, а й у майбутньому. Високий рівень кредитоспроможності свідчить про те, що торговельне підприємство вчасно і в повному обсязі розраховувалось за усіма отриманими позиками, має стійкий фінансовий стан, високий рівень платоспроможності і ліквідності, а також позитивний прогноз щодо погашення заборгованості у майбутньому.

Залежно від часового інтервалу, протягом якого перевіряється спроможність торговельного підприємства виконувати свої зобов'язання перед кредиторами, для оцінки використовують ту чи іншу характеристику: на найбільш короткостроковому періоді – платоспроможність, більш тривалому – ліквідність.

Ліквідність – це спроможність торговельного підприємства погашати свої поточні зобов'язання вчасно і в повному обсязі. Для підтримки ліквідності на належному рівні торговельне підприємство повинно мати достатній обсяг грошових коштів та інших ліквідних активів, які в разі потреби можна перетворити в готівку і використати для погашення зобов'язань. При високому рівні ліквідності обсяг ліквідних активів значно перевищує обсяг поточних зобов'язань. Ліквідність торговельного підприємства характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів (грошові кошти та їх еквіваленти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості. Аналізуючи ліквідність, доцільно оцінити не тільки поточні суми ліквідних активів, а й майбутні зміни ліквідності. Про незадовільний стан ліквідності торговельного підприємства свідчитиме той факт, що потреба торговельного підприємства в коштах перевищує їхні реальні надходження. Ліквідність слід розглядати як стан активів у їхньому обороті, який закінчується отриманням грошових коштів, що є необхідною умовою платоспроможності. Враховуючи, що основу

платоспроможності складають активи, яким притаманна різна ступінь ліквідності, остання є якісною характеристикою платоспроможності.

Аналіз ліквідності доцільно доповнити аналізом платоспроможності, яка характеризує спроможність торговельного підприємства своєчасно й повністю виконати свої платіжні зобов'язання, які випливають із кредитних та інших операцій грошового характеру. Платоспроможність торговельного підприємства свідчить про наявність грошових коштів упродовж достатнього періоду часу для виконання фінансових зобов'язань. Це можливість торговельного підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання. При дослідженні поточної платоспроможності порівнюються суми платіжних засобів підприємства зі строковими зобов'язаннями.

Отже, платоспроможність означає здатність торговельного підприємства виконувати свої зобов'язання перед кредиторами. Торговельне підприємство є платоспроможним, коли воно може виконати свої зобов'язання перед кредиторами і не потребує застосування санаційних заходів або визнання банкрутом.

Рівень платоспроможності визначається співвідношенням між обсягом грошових коштів, що можуть бути використані для розрахунків, та обсягом платежів, які необхідно здійснити. Торговельне підприємство може вважатися платоспроможним, маючи незначний залишок на розрахунковому рахунку, якщо воно не має простроченої заборгованості або заборгованості, що потребує негайного погашення.

Платоспроможність торговельного підприємства залежить від ступеня ліквідності його балансу. Разом з тим, ліквідність торговельного підприємства характерна як для поточного стану розрахунків, так і на перспективу (може бути платоспроможним на звітну дату, але мати несприятливі можливості в майбутньому, і навпаки). Взаємозв'язок між платоспроможністю, ліквідністю торговельного підприємства і ліквідністю балансу базується на рівновазі активів і пасивів, що є основою ефективної діяльності торговельного підприємства (рис. 7.1).



Рис. 7.1. Взаємозв'язок між ліквідністю й платоспроможністю торговельного підприємства.

Іншими словами, *ліквідність* – це спосіб підтримки платоспроможності. Разом з тим, якщо підприємство має високий імідж і постійно платоспроможне, то йому легше підтримувати свою ліквідність.

Основними ознаками платоспроможності торговельного підприємства є наявність на розрахунковому рахунку достатнього обсягу коштів та відсутність простроченої кредиторської заборгованості. Для забезпечення платоспроможності торговельного підприємства на розрахунковому рахунку має бути страховий залишок коштів, в умовах розвиненого фондового ринку – страховий запас може бути у вигляді високоліквідних цінних паперів. Для оцінки ліквідності, платоспроможності та кредитоспроможності торговельного підприємства доцільно використовувати систему показників, які розраховуються за даними форми № 1 «Баланс» річного звіту.

1. *Величина власних оборотних коштів (чистий оборотний капітал)* – це різниця між сумою власного капіталу і довгострокових зобов'язань та основних засобів і вкладень, або поточні активи мінус поточні зобов'язання. Цей показник характеризує ту частину власного капіталу, яка є джерелом покриття поточних активів торговельного підприємства (тобто активів, які мають період обороту менший за один рік). Розрахунковий показник залежить як від структури активів, так і від структури джерел коштів. Його зростання в динаміці характеризує позитивну тенденцію і має особливе значення для розвитку торговельного підприємства.

Основним і постійним джерелом збільшення власних оборотних коштів є прибуток. При цьому не можна ототожнювати поняття «оборотні кошти» та «власні оборотні кошти». Перший показник характеризує активи підприємства (II та III розділи активу балансу). Другий – джерела коштів, тобто частину власного капіталу торговельного підприємства, яка розглядається як джерело покриття поточних активів.

2. *Маневреність власних оборотних коштів* – це відношення грошових коштів до функціонуючого оборотного капіталу. Зростання цього показника в динаміці – позитивна тенденція.

3. *Коефіцієнт покриття загальний* – визначається діленням поточних активів на поточні зобов'язання. Цей показник характеризує співвідношення оборотних активів і поточних зобов'язань. Він показує, яку частину поточних зобов'язань торговельне підприємство спроможне погасити, якщо воно реалізує усі свої оборотні активи, в тому числі і матеріальні запаси. Загальний коефіцієнт покриття показує, скільки гривень оборотних коштів припадає на одну гривню поточних зобов'язань. Для нормального функціонування торговельного підприємства цей показник має бути більшим за одиницю. Необхідний рівень показника торговельне підприємство встановлює самостійно. Він залежить від потреби торговельного підприємства у вільних грошових ресурсах для погашення поточних боргових зобов'язань.

4. *Коефіцієнт абсолютної ліквідності* – визначається діленням абсолютно ліквідних активів (грошових коштів) до поточних зобов'язань. Цей показник показує, яку частину короткострокових зобов'язань можна за необхідності погасити негайно. Оптимальний рівень коефіцієнта є $\geq 0,5$. Прийнято вважати торговельне підприємство ліквідним, якщо його поточні активи перевищують поточні зобов'язання, але саме по собі це перевищення не дає повної характеристики ліквідності. Тому для оцінки ліквідності використовується система показників, які відіграють суттєву роль, адже вони є зручним засобом узагальнення величезного обсягу фінансових даних та є інструментом порівняльного аналізу діяльності торговельних підприємств.

5. *Частка власних оборотних коштів у покритті запасів* – це відношення власних оборотних коштів до суми запасів. Це вартість запасів, яка покривається власними оборотними коштами. Має велике значення для підприємств торгівлі. Рекомендована нижня межа цього показника – 50%.

6. *Коефіцієнт покриття запасів* – це відношення стабільних джерел покриття запасів до суми запасів. Цей показник характеризує співвідношення величини стабільних джерел покриття запасів і суми запасів. Якщо значення цього показника перевищує 0,6-0,8, то поточний фінансовий стан торговельного підприємства вважається достатньо стійким.

7. *Коефіцієнт швидкої ліквідності* – це відношення грошових засобів, коштів у розрахунках та інших активів до поточних зобов'язань. Цей показник аналогічний коефіцієнту покриття, але обчислюється за вузьким колом поточних активів (з розрахунку виключають найменш ліквідну їхню частину – виробничі запаси). Кошти, які можна отримати у разі вимушеної реалізації виробничих запасів, можуть бути суттєво меншими за витрати на їхнє придбання.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує, яку частину поточних зобов'язань торговельне підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та кредиторської заборгованості. Він характеризує платіжні можливості торговельного підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Орієнтовне значення цього показника має становити 1.

На основі використання цих показників можна не тільки оцінити стан і динаміку ліквідності, платоспроможності і кредитоспроможності торговельного підприємства, а також виявити потенційні можливості поліпшення фінансового стану підприємства.

Узагальнюючими показниками оцінки фінансового стану підприємств є показники ділової активності, які розраховуються за даними форм № 1 «Баланс» і № 2 «Звіт про фінансові результати» річного звіту.

1. *Коефіцієнт оборотності активів* обчислюється як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньої величини підсумку балансу торговельного підприємства і характеризує ефективність використання торговельним підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення.

2. *Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості* розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини дебіторської заборгованості і показує швидкість обертання дебіторської заборгованості торговельного підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надаються торговельним підприємством.

3. *Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості* розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини кредиторської заборгованості і показує швидкість обертання кредиторської заборгованості торговельного підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємству.

4. *Строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей* розраховується як відношення тривалості звітного періоду до коефіцієнта оборотності дебіторської або кредиторської заборгованості і показує середній період погашення дебіторської або кредиторської заборгованостей торговельного підприємства.

5. *Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів* розраховується як відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної вартості матеріальних запасів і характеризує швидкість реалізації товарно-матеріальних запасів торговельного підприємства.

6. *Тривалість операційного циклу* визначається як сума періоду обороту дебіторської заборгованості (в днях) і періоду обороту виробничих запасів (в днях).

7. *Тривалість фінансового циклу* визначається як тривалість операційного циклу мінус період обороту кредиторської заборгованості.

8. *Коефіцієнт оборотності власного капіталу* розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини власного капіталу торговельного підприємства і показує ефективність використання власного капіталу торговельного підприємства.

Аналіз ліквідності та платоспроможності передбачає визначення впливу окремих факторів на динаміку результативних показників. Для цього використовуються методи: ланцюгових підстановок, індексний, абсолютних і відносних різниць, інтегральний та ін. Узагальнюючи результати, необхідно не тільки дати інтегральну оцінку фінансової стабільності й платоспроможності торговельного підприємства, а й розробити ряд заходів щодо підвищення економічної ефективності його діяльності.

Отже, показники ліквідності та платоспроможності мають важливе значення в системі показників діяльності торговельного підприємства, оскільки забезпечують підтримку фінансової рівноваги торговельного підприємства. Ці показники дають змогу оцінити в динаміці оборотність власного капіталу, оборотних коштів, готової продукції, дебіторської та кредиторської заборгованості. На цій основі можна робити обґрунтовані висновки щодо прискорення обороту всіх складових майна та коштів підприємства, а отже – щодо стану його ділової активності.

Для здійснення господарської діяльності торговельне підприємство повинно мати певне майно, котре належить йому на правах власності чи володіння. Усе майно, яке належить торговельному підприємству і відображене в його балансі, становить його активи. *Активи* – це економічні ресурси торговельного підприємства у формі сукупних майнових цінностей, які використовуються в господарській діяльності з метою отримання прибутку. Активи торговельного підприємства складаються із суми необоротних, оборотних (поточних) та інших активів.

Тому важливим етапом оцінки фінансового стану торговельного підприємства є аналіз майнового стану, що дає змогу визначити абсолютні і відносні зміни статей балансу за певний період, відслідкувати тенденції їхньої зміни та визначити структуру фінансових ресурсів торговельного підприємства.

Для оцінки майнового стану торговельного підприємства доцільно використовувати наступну систему показників.

1. *Сума господарських коштів у розпорядженні торговельного підприємства*. Цей показник дає загальну вартісну оцінку активів, які перебувають на балансі торговельного підприємства. Зростання цього показника свідчить про збільшення майнового потенціалу торговельного підприємства.

2. *Питома вага активної частини основного капіталу* – це відношення вартості активної частини основних засобів до загальної їхньої вартості, виражене у відсотках. Згідно з нормативними документами до активної частини основних засобів відносяться машини, обладнання і транспортні засоби. Зростання цього показника в динаміці є позитивною тенденцією.

3. *Коефіцієнт зносу основного капіталу* – визначається діленням суми амортизаційних відрахувань на первісну вартість основних засобів. Показник характеризує частку зношених основних засобів у загальній їхній вартості. Використовується в аналізі для характеристики стану основних засобів. На основі недоамортизованої частини основних засобів розраховують коефіцієнт придатності основного капіталу.

4. *Коефіцієнт оновлення основного капіталу* – це відношення вартості основних засобів, які надійшли за даний період, до первісної вартості основних засобів на кінець цього періоду. Показник показує, яку частину наявних на кінець звітного періоду основних засобів становлять нові, що надійшли у підприємство.

5. Коефіцієнт вибуття основного капіталу – визначається діленням вартості основних засобів, які вибули за період, що аналізується на первісну вартість основних засобів на початок цього періоду. Показник показує, яка частина основних засобів, з котрими торговельне підприємство почало діяльність у звітному періоді, вибула з причини зносу та з інших причин.

Таблиця 7.1

Показник	Формула	Умовні позначення
Коефіцієнт автономії (КА)	$KA = \frac{BK}{K}$	BK – власний капітал; K – сума капіталу підприємства.
Коефіцієнт фінансування (КФ)	$K\Phi = \frac{PK}{BK}$	PK – позиковий капітал; BK – власний капітал.
Коефіцієнт заборгованості (КЗ)	$KЗ = \frac{PK}{K}$	PK – позиковий капітал; K – сума капіталу підприємства.
Коефіцієнт абсолютної платоспроможності (КАП)	$КАП = \frac{ГА + КФВ}{НЗ}$	ГА – грошові активи; КФВ – короткострокові фінансові вкладення; НЗ – невідкладні зобов'язання.
Коефіцієнт проміжної платоспроможності (КПП)	$КПП = \frac{ГА + КФВ + ДЗ}{ПЗ}$	ДЗ – дебіторська заборгованість; ПЗ – поточні зобов'язання.
Коефіцієнт поточної платоспроможності (КПмП)	$КПмП = \frac{ОА}{ПЗ}$	ОА – оборотні активи.
Коефіцієнт оборотності активів (КОа)	$КОа = \frac{ОР}{А}$	ОР – обсяг реалізації продукції (товарів, послуг); А – середня сума активів.
Коефіцієнт оборотності оборотних активів (КОоа)	$КОоа = \frac{ОР}{ОА}$	ОА – середня сума оборотних активів.
Коефіцієнт рентабельності активів (Ра)	$Ра = \frac{П}{А}$	П – прибуток підприємства.
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу (Рвк)	$Рвк = \frac{П}{BK}$	BK – середній розмір власного капіталу.
Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції (Рр)	$Рр = \frac{П}{ОР}$	П – прибуток; ОР – обсяг реалізації.
Рентабельність активів відповідно до «Моделі Дюпона» (Ра)	$Ра = Рр \cdot КОа$	Рр – рентабельність реалізації продукції; КОа – коефіцієнт оборотності активів

Структура вартості майна дає загальне уявлення про фінансовий стан торговельного підприємства. Вона показує частку кожного елемента в активах і співвідношення позичкових і власних коштів підприємства в пасивах. У структурі вартості майна відображається специфіка діяльності кожного підприємства.

Отже, узагальнююча оцінка фінансового стану торговельного підприємства сприяє встановленню за різними оцінними показниками його резервів щодо поліпшення фінансового стану.

При вивченні даної теми рекомендовано використовувати наступні літературні джерела [8,11, 12, 17, 22, 23].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

На підставі вихідних даних, наведених у табл. 7.2, визначити: коефіцієнти оборотності активів, оборотності оборотних активів, рентабельності активів, рентабельності власного капіталу, рентабельності реалізації продукції (табл. 7.2).

Таблиця 7.2

Вихідна інформація щодо основних результатів діяльності підприємства

Показник	За попередній період	За звітний період
Обсяг реалізації, тис. грн	5842,7	6120,0
Прибуток, тис. грн	720,5	850,3
Середній розмір активів, тис. грн	4231,5	4165,7
Середній розмір оборотних активів, тис. грн	2301,6	2295,5
Середній розмір власного капіталу, тис. грн	3210,0	3210,0

Розв'язання:

Таблиця 7.3

Аналіз показників оборотності та рентабельності

Показники	За попередній період	За звітний період	Відхил. (+;-)
Коефіцієнт оборотності активів	$\frac{5842,7}{4231,5} = 1,38$	$\frac{6120,0}{4165,74} = 1,47$	+0,09
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	$\frac{5842,7}{2301,6} = 2,54$	$\frac{6120,0}{2295,5} = 2,67$	+0,13
Коефіцієнт рентабельності активів	$\frac{720,5}{4231,5} = 0,17$	$\frac{850,3}{4165,74} = 0,20$	+0,03
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$\frac{720,5}{3210,0} = 0,22$	$\frac{850,3}{3210,0} = 0,26$	+0,04
Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції	$\frac{720,5}{5842,7} = 0,123$	$\frac{850,3}{6120,0} = 0,139$	+0,016

ПРИКЛАД 2

На підставі вихідних даних проаналізувати фінансовий стан та основні результати фінансової діяльності підприємства і визначити: коефіцієнт автономії, фінансування, заборгованості, коефіцієнт абсолютної, проміжної та поточної платоспроможності (табл. 7.4).

Таблиця 7.4

Аналітичний баланс підприємства, тис. грн

Показник	На початок року	На кінець року
АКТИВ		
1. Необоротні активи	2010,1	1730,2
2. Оборотні активи, усього	2270,3	2320,7
у тому числі: – запаси	1620,6	1730,3
– дебіторська заборгованість	510,2	470,2
– грошові кошти	139,5	120,2
– інші оборотні активи	–	–
3. Витрати майбутніх періодів	–	–
БАЛАНС	4280,4	4050,9
ПАСИВ		
1. Власний капітал	3210,0	3210,0
2. Забезпечення наступ. витрат	–	–
3. Довгострокові зобов'язання	150,0	150,0
4. Поточні зобов'язання	920,4	690,9
5. Доходи майбутніх періодів	–	–
БАЛАНС	4280,4	4050,9

Розв'язання:

Таблиця 7.5

Аналіз фінансових коефіцієнтів

Показник	На початок року	На кінець року	(+; –)
Коефіцієнт автономії	$\frac{3210,0}{4280,4} = 0,75$	$\frac{3210,0}{4050,9} = 0,79$	+0,04
Коефіцієнт фінансування	$\frac{150,0 + 920,4}{3210,0} = 0,33$	$\frac{150,0 + 690,9}{3210,0} = 0,26$	–0,07
Коефіцієнт заборгованості	$\frac{150,0 + 920,4}{4280,4} = 0,25$	$\frac{150,0 + 690,9}{4050,9} = 0,21$	–0,04
Коефіцієнт абсолютної платоспроможності	$\frac{139,5}{920,4} = 0,15$	$\frac{120,2}{690,9} = 0,17$	+0,02
Коефіцієнт проміжної платоспроможності	$\frac{139,5 + 510,2}{920,4} = 0,71$	$\frac{120,2 + 470,2}{690,9} = 0,85$	+0,14
Коефіцієнт поточної платоспроможності	$\frac{2270,3}{920,4} = 2,47$	$\frac{2320,7}{690,9} = 3,36$	+0,89

ПРИКЛАД 3

На підставі вихідної інформації (табл. 7.6) зробити комплексну оцінку фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі.

Таблиця 7.6

Вихідні дані для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі

Показники	Підприємство	
	№1	№2
Товарооборот, тис. грн	1284,8	1034,7
Прибуток, тис. грн	129,4	32,9
Середня вартість основних засобів, тис. грн	87,4	100,4
Загальна площа, м ²	93,0	75,0
Торгова площа, м ²	70,0	56,0
Демонстраційна площа, м ²	55,0	40,0
Середній розмір товарних запасів, тис. грн	75,5	32,6
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	14	12
Витрати на оплату праці, тис. грн	281,5	241,4
Необоротні активи, тис. грн	87,4	100,4
Оборотні активи, тис. грн	84,6	44,7
у т.ч. запаси	75,5	32,6
дебіторська заборгованість	4,8	1,8
грошові кошти	3,3	1,7
інші оборотні активи	1,1	8,7
Власний капітал, тис. грн	31,8	52,1
Статутний капітал, тис. грн	25,6	46,2
Поточні зобов'язання, тис. грн	140,2	93,1

Розв'язання:

Комплексна оцінка фінансово-господарської діяльності підприємства ставить за мету отримати важливу характеристику результатів діяльності підприємства, ґрунтуючись на вивченні сукупності основних показників фінансово-економічних процесів.

Для розв'язання поставленого завдання доцільно скористатися методикою багатомірного порівняльного аналізу, що заснована на методі «відстаней» та дозволяє враховувати не лише абсолютні величини кожного з підприємств, а й ступінь їх наближеності (віддаленості) до показників підприємства-еталона.

Практичний бік застосування порівняльного багатомірного аналізу для оцінки фінансово-господарської діяльності двох підприємств-конкурентів має наступний вигляд.

Етап 1. Слід обрати систему показників, за якими можливо оцінити ефективність фінансово-господарської діяльності підприємств. Потім безпосередньо здійснити оцінку ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств, використовуючи показники ефективності використання ресурсів та ефективності діяльності. Результати розрахунку відповідних показників наведено в таблиці 7.7.

Таблиця 7.7

Вихідні дані для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі

Показники	Підприємство	
	№1	№2
Фондовіддача	14,7	10,31
Коефіцієнт співвідношення демонстраційної та торгової площі	0,79	0,71
Оборотність товарних запасів, обороти	17	31,8
Прибутковість товарних запасів	1,7	1
Продуктивність праці	91,8	86,2
Прибуток на 1 грн витрат на оплату праці	0,46	0,14
Абсолютна платоспроможність	0,02	0,02
Поточна платоспроможність	0,6	0,48
Коефіцієнт покриття товарних запасів власними оборотними коштами	-0,74	-1,49
Оборотність активів, обороти	7,47	7,13
Коефіцієнт прибутковості власного капіталу	3,79	0,53
Рентабельність діяльності	10,1	3,2

Вибір на користь вказаної системи економічних показників порівняно з іншими визначається тим, що вона:

- базується на системному підході щодо визначення ефективності діяльності;
- побудована з урахуванням основних принципів побудови показників ефективності;
- містить показники, що відображають результат діяльності та ресурси, що використовуються при цьому;
- базується переважно на даних фінансової звітності;
- містить обмежений перелік показників.

Етап 2. Здійснити стандартизацію вхідних показників.

За даними таблиці 3 в кожній графі визначається максимальний елемент, який приймається за одиницю. натомість всі елементи цієї графі (a_{ij}) порівнюються з максимальним елементом еталонного підприємства ($\max a_{ij}$).

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max a_{ij}}$$

В результаті утворюється матриця стандартизованих коефіцієнтів (x_{ij}), що представлено у таблиці 7.8.

Таблиця 7.8

Матриця стандартизованих коефіцієнтів для інтегральної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі

Показники	Підприємство	
	№1	№2
Фондовіддача	1,00	0,70
Коефіцієнт співвідношення демонстраційної та торгової площі	1,00	0,90
Оборотність товарних запасів	0,53	1,00
Прибутковість товарних запасів	1,00	0,59
Продуктивність праці	1,00	0,94
Прибуток на 1 грн витрат на оплату праці	1,00	0,30
Абсолютна платоспроможність	1,00	1,00
Поточна платоспроможність	1,00	0,80
Коефіцієнт покриття товарних запасів власними оборотними коштами	1,00	0,49
Оборотність активів	1,00	0,95
Коефіцієнт прибутковості власного капіталу	1,00	0,14
Рентабельність діяльності	1,00	0,32

Еталонному підприємству буде притаманна сформована сукупність кращих показників ефективності використання ресурсів та діяльності.

Етап 3. Розрахувати інтегральний показник ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Для розрахунку інтегрального показника використано наступну залежність:

$$R_i = \sqrt{x_{i1}^2 + x_{i2}^2 + \dots + x_{in}^2}$$

Результати розрахунку представлено у таблиці 7.9.

Таблиця 7.9

Результати порівняльної рейтингової оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі

Показники	Підприємство	
	№1	№2
1	2	3
Фондовіддача	1,00	0,49
Коефіцієнт співвідношення демонстраційної та торгової площі	1,00	0,81
Оборотність товарних запасів	0,29	1,00
Прибутковість товарних запасів	1,00	0,35
Продуктивність праці	1,00	0,88
Прибуток у розрахунку на 1 грн витрат на оплату праці	1,00	0,09

Продовження таблиці 7.9

1	2	3
Абсолютна платоспроможність	1,00	1,00
Поточна платоспроможність	1,00	0,64
Коефіцієнт покриття товарних запасів власними оборотними коштами	1,00	0,24
Оборотність активів	1,00	0,91
Коефіцієнт прибутковості власного капіталу	1,00	0,02
Рентабельність діяльності	1,00	0,10
Інтегральний показник ефективності R	3,36	2,56

Етап 4. Отримані рейтингові оцінки (R) розміщують за рангом та визначають місце кожного підприємства за результатами діяльності. У даному випадку більш високий показник ефективності має підприємство №1.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ

за темою «Фінансово-майновий стан торговельного підприємства та методи його оцінки»

ЗАВДАННЯ 1

Визначте потребу приватного підприємства «Троянда» в оборотних коштах у наступному році й можливе вивільнення грошових коштів за рахунок планового прискорення їх оборотності на підставі наведених даних.

У звітному році приватним підприємством «Троянда» було реалізовано продукції на суму 1200 тис. грн за наявності середньорічної суми оборотних коштів 800 тис. грн.

У наступному році передбачається збільшити обсяг продажу продукції на 8%. коефіцієнт оборотності оборотних активів має збільшитися на 20%.

ЗАВДАННЯ 2

Керівник малого торговельного підприємства «Мрія» очікував реалізувати товари на суму 1500 тис. грн за наявністю оборотних коштів розміром 300 тис. грн в результаті здійснення ефективних організаційно-технічних заходів тривалість одного обороту оборотних коштів скоротилась на 27 днів.

Визначте:

1. Число оборотів оборотних коштів і заплановану тривалість одного обороту;

2. Умовну економію оборотних коштів за рахунок здійснення організаційно-технічних заходів.

ЗАВДАННЯ 3

У поточному році передбачається відкриття нового підприємства, вид економічної діяльності якого – ресторанне господарство. Ґрунтуючись на розрахунках можливого обсягу реалізації власної продукції, товарооборот планується в розмірі 1440 тис. грн.

Визначте потребу підприємства в основних засобах, виходячи з даних про середньогалузевий показник фондомісткості в ресторанному бізнесі. Для розрахунку прогнозного значення фондомісткості використовуйте середні темпи її зростання (вихідна інформація наведена у таблиці 7.10).

Таблиця 7.10

Данні для розрахунку

Показники	Базовий рік	Попередній рік	Звітний рік
Роздрібний товарооборот ресторанного господарства, млн. грн	145,0	174,0	182,0
Середньогалузева фондомісткість, грн/грн	0,15	0,22	0,26

ЗАВДАННЯ 4

Визначте величину оборотних активів підприємства роздрібної торгівлі продовольчими товарами, виходячи з наступних даних: норма товарних запасів – 18 днів, грошових коштів – 3 дні, дебіторської заборгованості – 7 днів, норматив оборотних коштів в інших матеріальних активах – 255 тис. грн. Плановий річний обсяг товарообороту становить 10820 тис. грн, частка товарообороту за собівартістю складає 85,0%.

ЗАВДАННЯ 5

На підставі вихідної інформації здійсніть комплексну оцінку фінансово-господарської діяльності мережі підприємств ресторанного бізнесу.

Таблиця 7.11

Вихідні дані для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств ресторанного бізнесу

Показники	Підприємство	
	№1	№2
Товарооборот, тис. грн	2961,2	2619,7
Прибуток від операційної діяльності, тис. грн	205,6	100,7
Чистий прибуток, тис. грн	181,0	42,5
Середньооблікова чисельність, осіб	85	19
Необоротні активи, тис. грн	3398,2	1587,4
Оборотні активи, тис. грн	645,8	583,4
Запаси, тис. грн	472,8	346,0
Власний капітал, тис. грн	3030,1	892,6
Позиковий капітал, тис. грн	1013,9	1278,2

ЗАВДАННЯ 6

На підставі наведеної у таблиці інформації оцініть результати розвитку підприємств торгівлі.

Таблиця 7.12

Вихідні дані для оцінки розвитку підприємств торгівлі, тис. грн

Показники	Підприємство	
	№1	№2
Валюта балансу	467,75	504,05
Власний капітал	437,85	460,1
Поточні активи	363,1	410,65
Поточні зобов'язання	29,9	43,95
Чистий дохід	1532,6	1613,5
Чистий прибуток	79,3	77,2

ЗАВДАННЯ 7

На підставі вихідної інформації проаналізуйте рентабельність активів господарського суб'єкта за «Моделлю Дюпона» та визначте основні резерви підвищення рентабельності активів підприємства.

Таблиця 7.13

Вихідна інформація, тис. грн

Показники	Попередній період	Звітний період
Обсяг реалізованої продукції	3174,2	3807,1
Прибуток	488,8	555,8
Середній розмір активів підприємства	1380,5	1410,4

ЗАВДАННЯ 8

На підставі даних, наведених у таблиці 7.14, необхідно: 1) визначити рівень комерційної активності торговельного підприємства; 2) розрахувати коефіцієнти оборотності та рентабельності (інформація наведена у таблиці); дати характеристику загальної ефективності використання активів і вкладеного капіталу.

Таблиця 7.14

Вихідна інформація для розрахунків, тис. грн

Показники	Попередній період	Звітний період
Роздрібний товарооборот	5215,0	5328,0
Прибуток	452,0	487,0
Середньорічна вартість активів	1825,0	1942,0
у т.ч. необоротні активи	785,0	818,0
оборотні активи	1040,0	1124
з них товарні запаси	915,0	989,0
Власний капітал	1188,0	1225

ЗАВДАННЯ 9

Визначте потребу підприємства ресторанного бізнесу у власних оборотних коштах на плановий період.

Інформація для розрахунків: річний обсяг товарообороту за планом становитиме 1050 тис. грн, частка обороту за собівартістю – 80,0%, норматив запасів сировини та товарів – 16 днів, норматив грошових коштів – 3 дні, дебіторської заборгованості – 4 днів; інші оборотні кошти за планом визначені в сумі 60 тис. грн, відповідно до договору постачання сировини та товарів кредиторська заборгованість становитиме 80,0 тис. грн, сума короткострокового кредиту банку за планом – 15,0 тис. грн.

ЗАВДАННЯ 10

На підставі вихідних даних про основні результати економічної діяльності торговельного підприємства вихідних даних визначити: коефіцієнти оборотності активів, оборотності оборотних активів, рентабельності активів, рентабельності власного капіталу, рентабельності реалізації продукції (табл. 7.15).

Таблиця 7.15

Вихідна інформація щодо основних результатів діяльності підприємства

Показники	За попередній період	За звітний період
Обсяг реалізації, тис. грн	41500	41980
Прибуток, тис. грн	5430	5290
Середній розмір активів, тис. грн	4680	4926
Середній розмір оборотних активів, тис. грн	3050	3244
Середній розмір власного капіталу, тис. грн	2850	2850

8. ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

В умовах ринкової економіки ризик є ключовим елементом підприємництва. Термін «ризик» в грецькій мові означає «стрімчак» чи «скеля»; в італійській – трактується як «небезпека», «погроза».

Економічний ризик у діяльності торговельного підприємства – це імовірне виникнення ситуації невизначеності, вплив або настання якого супроводжується небезпекою економічних втрат – зменшенням (неотриманням) прибутку, доходів, частковою або повною втратою товарів, капіталу, що в залежності від рівня небезпеки може призвести до негативних наслідків у розвитку торговельного бізнесу, погіршення фінансово-економічного стану або банкрутства.

Як правило, економічний ризик виникає в умовах невизначеності, коли немає повної, вичерпної інформації про наслідки прийняття рішень, умови їх виконання.



Рис. 8.1. Причини виникнення економічного ризику

У торгово-посередницькій діяльності вагому роль грає ризик торгово-комерційний, який супроводжує процес товарного

виробництва, транспортування (доставки), приймання товару, зберігання, продажу.

Основні причини появи торгово-комерційного ризику часто пов'язані зі специфікою торговельної діяльності, серед них:

- зниження ринкового попиту на певні товари, що призводить до падіння обсягів продаж, погіршення конкурентних позицій; веде до ризиків більшої тривалості зберігання товарів, можливого погіршення їх якості;

- зміна закупівельних цін в бік зростання, що веде до подорожчання товару і складнощів його швидкої реалізації;

- зменшення обсягів закупівлі різних товарів, що збільшує трудомісткість їх продажу (зменшення масштабів торгової діяльності веде до збільшення витрат у розрахунку на 1 тис. товарообігу (або одиницю об'єму реалізованого товару);

- слабкість контролю за зберіганням товарів, що призводить до їх втрат;

- збільшення фактичних витрат товарного обертання порівняно із запланованими внаслідок непередбачуваних виплат штрафів, відрахувань, що зумовлює зниження прибутку торговельного підприємства.

В ситуаціях, коли певні види економічних ризиків не були ідентифіковані, вони можуть загрожувати діяльності підприємства. Тому йдеться про обов'язковість процедур ідентифікації усіх видів ризику, їх елементів, висвітлення сутності та характеристики певної ризикованої події. Завдання ідентифікації економічних ризиків – це виявлення, дослідження та здійснення опису економічних ризиків та можливих наслідків настання різних видів ризиків, які можуть негативно вплинути на торгово-посередницьку діяльність, загальмувати реалізацію товарів, протидіяти цілям забезпечення рентабельності торговельного підприємства. Вагоме значення такої процедури полягає в тому, що за її допомогою визначаються рівні, межі управління ризиками, чинники впливу (внутрішнього, зовнішнього, прямого, опосередкованого, непрямого). Алгоритм методики діагностики економічних ризиків торговельних підприємств зображено на рис. 8.2.



Рис. 8.2. Алгоритм методики діагностики економічних ризиків торговельних підприємств

Серед наявних методів та інструментів управління економічним ризиком кожному підприємству необхідно обирати найбільш прийнятні з урахуванням специфіки діяльності, галузевих ознак, масштабів діяльності, можливостей регулювання економічним ризиком.

Діяльність торговельного підприємства в умовах впливу різних загроз стає ризиковою. Негативні наслідки ризиків складаються з втрат підприємства, розмір яких можна визначити шляхом діагностики і оцінки їх рівня. Виходячи з цього, методику оцінки економічних ризиків підприємницької діяльності можна доповнити оцінкою ризиків, що продукуються операційною, інвестиційною і збутовою діяльністю підприємства.

Серед ризиків, що пов'язані з операційною та інвестиційною діяльністю можна визначити такі:

- ризик втрати майна, виникнення якого пов'язане зі зменшенням частки фінансових потоків, розміщених в основних засобах, у загальному обсязі фінансових активів;

- ризик морального старіння, що характеризує помірні темпи оновлення основних засобів у результаті зменшення обсягів реалізованих інвестиційних потоків;

– ризик знецінення фінансових активів, що є наслідком зносу основних засобів;

– ризик втрати основного персоналу, що характеризує відношення продуктивності праці до рівня заробітної плати, зниження величини якої впливає на зниження рівня чистого фінансового потоку;

– плече операційного левериджу, підвищення рівня ризику якого є наслідком збільшення постійних витрат при зниженні операційного прибутку.

Ризиками, що пов'язані зі збутовою діяльністю підприємства, є:

– ризик дебіторської заборгованості, що характеризує відношення дебіторської заборгованості до зобов'язань, збільшення вартості яких тягне за собою ризик погіршення ринкових позицій підприємства;

– ризик втрати репутації підприємства внаслідок зменшення обсягу реалізації товарів;

– ризик погіршення конкурентоспроможності, що свідчить про погіршення спроможності підприємства задовольнити попит на внутрішньому та зовнішньому ринках, одночасно збільшуючи ризик неоптимального використання фінансових потоків;

– ризик знецінення бренду внаслідок зменшення обсягу доходу від покупців по відношенню до валового фінансового потоку [13].

Важливо враховувати, що сучасна ризикологія та ризик-менеджмент вимагають під час управління економічними ризиками торговельного підприємства дотримуватись виконання таких умов:

1) *Ідентифікація ризиків*. Вона має бути покладена в основу побудови та реалізації організаційно – економічного механізму оптимізації економічного ризику та формування дієвої системи ризик-менеджменту.

2) *Діагностика економічної стійкості торговельного підприємства*. Вона має бути системою управління та формування запасу міцності підприємства. Це дозволяє робити оцінку всього потенціалу соціально-економічного розвитку підприємства або окремих його складових в періоди трансформаційних змін структури галузі або при оцінці міжгалузевих зв'язків. Економічну стійкість можна вважати інтегрованим чинником, що відображає стан підприємства з різних боків: загальноекономічного, фінансового, можливості потенційного розвитку. Саме використання цього показника може бути доцільним для формування стратегії управління економічним ризиком.

Ідентифікація ризиків може базуватися на статистичних даних, теоретичному аналізі, обґрунтованих експертних судженнях, а також аналізі потреб причетних сторін.

Статистичний метод оцінки ризику полягає у вивченні статистики втрат (негативних наслідків реалізації рішень), які мали місце в аналогічних видах підприємницької діяльності. При цьому можуть використовуватись різні способи оцінки, у тому числі і дисперсійний аналіз.

Експертний метод (метод експертних оцінок) застосовується для визначення ступеня ризику різних видів господарської діяльності при відсутності статистичної інформації. Оцінка ризику і ступінь їх впливу на діяльність підприємства виконується на основі суб'єктивних думок експертів-фахівців.

Необхідність доповнення якісного аналізу кількісним зумовлена потребою у відокремленні суттєвих чинників ризику, підвищенні ефективності процесу управління, можливістю вибору оптимального варіанту із сукупності альтернатив. Його головне завдання – кількісно визначити ступінь впливу окремих видів ризиків та ризику підприємницької діяльності в цілому.

Для кількісної оцінки економічного ризику та розроблення необхідних заходів необхідно керуватися:

- величиною очікуваних втрат спричинених конкретним рішенням;
- ймовірністю настання втрат.

Основними параметрами класичної кількісної оцінки ступеня ризику виступають:

- імовірність появи втрат (імовірність реалізації ризику) – чим вона вища, тим більший ризик;
- величина втрат (розмір можливого збитку) – чим вона більша, тим більший ризик;
- прогнозованість величини втрат або збитків – чим досконалішим є методи визначення кількісної оцінки ризику, тим менше чинник невизначеності та ризик;
- можливість впливу на фактори ризику – чим менш керовані визначені фактори, тим більше ризик.

Тобто, якщо малоімовірно, що відбудуться несприятливі наслідки, то ризик невеликий. Незначний ризик буде і в тому разі, коли ймовірність збитків велика, а самі по собі збитки малі.

Діагностика економічної стійкості підприємства дозволяє вчасно виявити недоліки фінансово-господарської діяльності. Для ефективності управління економічною стійкістю доцільним є здійснення моніторингу даного показника на підприємстві. Основною метою розробки системи моніторингу економічної стійкості є своєчасне виявлення чинників та причин зниження її рівня,

пов'язаного з погіршенням фінансового стану підприємства, а також розробка та прогнозування заходів щодо коригування певних напрямків фінансово-господарської діяльності з метою покращення і підвищення економічної стійкості.

Основні напрямки зниження ймовірності виникнення ризиків поділяють на декілька груп (рис. 8.3)



Рис. 8.3. Класифікація методів управління ризиком

Залежно від характеру дій та заходів, що проводяться торговельним підприємством виділяють:

- організаційні методи управління ризиком, які передбачають розробку та реалізацію систем недопущення ризику;
- економічні методи управління ризиком, суть яких полягає у визначенні джерела коштів для покриття збитків від ризиків.

Залежно від того, за чий рахунок проводяться заходи щодо управління ризиком розглядають:

- внутрішні способи оптимізації ризику, які реалізуються безпосередньо торговельним підприємством та за його рахунок;
- зовнішні способи зниження ризику, які передбачають залучення до процесу управління ризиком торговельного підприємства інших сторін (контрагентів підприємства або професійних страховиків).

Вибір конкретного переліку методів управління ризиком залежить від ступеня ризику, який притаманний діяльності конкретного підприємства, а також від ризик-позиції його керівництва.

Перелік найбільш доцільних до реалізації методів управління ризиком залежно від рівня та ймовірності настання ризику наведений у таблиці 8.1.

Таблиця 8.1

Способи оптимізації (зменшення) ризику

Рівні збитків	Вірогідність збитків					
	Близька до нуля	Низька	Невелика	Середня	Велика	Близька до 1
Незначні	Прийняття ризику				Прийняття ризику або створення запасів чи резервів	
Малі	Створення резервів, запасів					
Поміrkовані	Створення резервів, запасів		Зовнішнє страхування чи розподіл ринку			Уникнення ризику
Середні	Зовнішнє страхування чи розподіл ринку				Уникнення ризику	
Великі	Зовнішнє страхування чи розподіл ринку			Уникнення ризику		
Катастрофічні	Зовнішнє страхування чи розподіл ринку		Уникнення ризику			

Класифікуючи ризики на основі ймовірності їх реалізації та обсягів можливих збитків, можна виділити 2 граничних типи:

1. Ризики, які спричинюють окремі незначні збитки, що мають тенденцію повторюватися.

2. Ризики, наслідком яких є катастрофічні за обсягом збитки, ймовірність реалізації яких незначна.

Якщо в першому випадку є доцільним прийняття ризику з його оптимізацією шляхом створення резервів коштів, то другий випадок є класичним прикладом ризику, який доцільно передавати страховику.

Традиційно використовують наступні методи оптимізації (мінімізації) ризику:

- уникнення ризику;
- розподіл ризику між учасниками;
- страхування;
- самострахування;
- лімітування;

- диверсифікація;
- здійснення альтернативного планування;
- створення резервів;
- моніторинг інформації;
- застосування гнучких технологій;
- навчання і тренування.

Одним з методів управління економічним ризиком, що пов'язаний із негативною дією зовнішнього середовища, є *страхування*. Страхуванню підлягають ризики, що виникають як результат впливу макросередовища і майже не регулюються. Страхування дозволяє знизити можливі збитки, стабілізувати доходи та уникнути негативного впливу зовнішнього середовища. Також підприємство може утворювати резерви і в разі настання ризикової події скористатися ними (самострахування).

Суть *методу страхування* полягає в поділі відповідальності за управлінські рішення. При цьому в результаті прийняття цих рішень ризикова діяльність покращується і не продукує нових збитків. Основними напрямками тепер можуть бути лімітування та диференціація.

Метод лімітування застосовується для встановлення лімітів повноважень при прийнятті управлінських рішень про здійснення операцій, дозволяє встановити економічно обґрунтовані межі функціонування підприємства. Лімітування застосовують в плануванні діяльності підприємства як план дій в тих випадках, коли на діяльність підприємства можуть вплинути різні фактори (підвищення цін на сировину, енергоносії, зміна попиту на товари і т.п.).

Метод диференціації базується на повторюваності основних операцій, елементів системи, що дозволяють підприємству мати конкурентні переваги і збалансовувати свій стан до настання критичного з урахуванням ймовірності ризику. За допомогою просторового розподілу джерел утворення збитків можна досягти бажаного рівня ризику для систем ресурсного забезпечення або для продовження діяльності.

Високу ефективність на практиці засвідчили *методи розподілу ризику, створення резервів, хеджування*. Розподіл ризику застосовується між учасниками господарської діяльності, поділяючи його таким чином, що кожен учасник відповідає за частину ризику, а можливі втрати тоді стають не критичними.

Мобілізація коштів для покриття можливих збитків, які залишаються всередині підприємства і призначені для формування

різного роду резервів, не дозволяє розподілити відповідальність за прийняті управлінські рішення з іншими учасниками господарської діяльності торговельного підприємства, але дає змогу їх використати для забезпечення ритмічності функціонування підприємства у випадку збільшення негативного впливу зовнішнього середовища.

Хеджування – це страхування від можливих втрат підприємства через дію цінових ризиків за допомогою укладання рівноважної угоди. Ця угода використовує тотожні, але протилежні позиції на іншому ринку і дозволяє на достатньому рівні обмежити підприємство від кон'юнктурних коливань цін.

Передача контролю за ризиком передбачає передачу відповідальності за виникнення та наслідки ризикових подій іншим юридичним особам-контрагентам підприємства відповідно до умов договірних відносин з ними. Передача контролю за ризиком має місце під час:

– використання підприємством практики прийому товарів під реалізацію (згідно з умовами договору ризик не продажу товарів несе постачальник, в разі не реалізації торговельне підприємство мусить лише повернути йому прийняті на реалізацію товари);

– транспортування товарів, що закуповуються підприємством, спеціалізованою транспортною організацією (це дозволяє уникнути транспортного ризику, оскільки згідно з умовами договору транспортування відповідальність за збереження товарів несе транспортувальник);

– укладання договорів гарантійного обслуговування обладнання підприємства (зауважимо, що при цьому договірні умови мають передбачати відповідальність ремонтної організації за якість ремонту та безвідмовність роботи обладнання);

– використання підприємством індивідуальної або колективної форми матеріальної відповідальності за збереження товарно-матеріальних цінностей (що дозволяє передати матеріально відповідальним особам ризик втрати товарів у процесі їх реалізації);

– використання позавідомчої охорони приміщень та складів підприємства (що дає змогу перекласти ризики втрати та пошкодження майна підприємства від стихійного лиха та протиправних дій на відповідні служби та підрозділи).

Ефективність останнього методу управління ризиком повною мірою залежить від юридичної служби підприємства. Тільки юридично виважене укладення договорів з контрагентами, яким

передається контроль за ризиком, є передумовою того, що збитки підприємства будуть компенсовані винною стороною.

Перелік заходів для потенційної мінімізації ризиків торговельного підприємства наведений у таблиці 8.2.

Таблиця 8.2

Шляхи мінімізації ризиків діяльності торговельного підприємства

Найменування ризику	Шляхи мінімізації ризику
1	2
Ризик зменшення прибутку	<p>Розробка загальнонаціональних програм розвитку галузі, інтенсифікація зусиль державного апарату щодо забезпечення підтримки національного товаровиробника.</p> <p>Налагодження комунікації з профільними міністерствами з метою отримання фінансування у вигляді державної підтримки, залучення держави у якості інвестора, отримання спеціальних пільг або преференційних режимів.</p> <p>Пріоритезація напрямків розвитку підприємства з ключовим акцентом на розширення та диверсифікацію діяльності підприємства, оновлення матеріально-технічної бази його функціонування.</p> <p>Розробка ефективної маркетингової політики, орієнтованої на агресивну протидію посяганням іноземних виробників дешевих низькоякісних аналогів на частку споживчого ринку підприємства.</p> <p>Розвиток інтелектуального потенціалу підприємства, як у напрямку оновлення методологічного апарату аналітичних відділів та надання релевантного сучасним умовам технічного забезпечення, так і щодо підвищення кваліфікаційних навичок персоналу.</p>
Ризик зниження товарообігу	<p>Створення резервів грошових коштів на випадок незапланованих змін макроекономічної ситуації.</p> <p>Пошук джерел забезпечення технологічної модернізації діяльності підприємства з метою підвищення якісних характеристик продукції.</p> <p>Диверсифікація виробничої та товарної політики підприємства.</p> <p>Підвищення рівня професійно-кваліфікаційного складу планово-економічного відділу.</p> <p>Формування системи моніторингу та збору даних щодо перспектив зміни макроекономічної ситуації, майбутніх коливань на національному та зовнішніх ринках, що прямо або опосередковано впливають на ціну або обсяг попиту на продукцію підприємства.</p>

Продовження таблиці 8.2

1	2
Ризик зростання закупівельних цін	<p>Диверсифікація джерел постачання.</p> <p>Налагодження системи збору та аналізу інформації щодо появи нових джерел або зміну існуючих умов постачання товарів з метою пошуку більш ефективних альтернатив.</p> <p>Атестація кадрового складу відділу постачання з метою виявлення необхідності у додаткових курсах та тренінгах з підвищення професійно-кваліфікаційних навичок персоналу.</p> <p>Формування резервів грошових коштів на випадок незапланованих змін макроекономічної ситуації або виникнення форс-мажорних ситуацій виробничого характеру.</p> <p>Захист власних комерційних інтересів шляхом більш кваліфікованого складання контрактних умов, захисту інтересів у судах, використання більш захищених форм оплати за товар (наприклад, акредитиву).</p> <p>Планування специфіки виробничої діяльності підприємства в умовах нерівномірності постачання.</p>
Ризик збільшення товарних витрат	<p>Підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок диверсифікації виробництва.</p> <p>Пошук інвесторів для розширення та модернізації виробничих потужностей підприємства.</p> <p>Розробка цільових програм, націлених на розвиток вітчизняного бізнесу, загальної державної концепції щодо забезпечення захищеності національних товаровиробників.</p> <p>Розширення співпраці з постачальниками товарів.</p> <p>Зміна методологічних підходів до управління витратами на підприємстві з метою оптимізації калькуляційних статей продукції та власне зниження рівня ціни.</p>
Ризик втрати або псування товару	<p>Зміна державних підходів щодо напрямків підтримки окремих видів підприємництва, розробка відповідних цільових програм.</p> <p>Введення у виробничу практику сучасних підходів щодо управління виробничим процесом, а саме кайдзен-медежмент, TQM, система ощадливого виробництва (lean-production) з метою мінімізації витрат виробництва та збільшення показників прибутковості.</p> <p>Здійснення постійного моніторингу умов зберігання товарів на всіх стадіях діяльності підприємства.</p> <p>Збір та аналіз інформації щодо наявності технологічних новинок у галузі, можливостей технологічної диверсифікації систем збереження товарів.</p>

Пріоритетні умови побудови дієвої системи управління економічними ризиками:

– система управління ризиком є частиною процедур загального менеджменту торговельного підприємства, що означає її відповідність

загальній стратегії розвитку та інституціональних особливостей функціонування;

– особливості системи управління ризиком відбиваються на її цілях і задачах, що має на увазі високоспеціалізований характер прийняття рішень у рамках системи управління ризиком;

– в процесі управління ризиком варто враховувати зовнішні і внутрішні обмеження, що означає узгодження відповідних спеціальних заходів з можливостями й умовами функціонування підприємства;

– у відношенні до всієї сукупності ризиків має проводитися єдина політика по управлінню ризиком, що вимагає комплексного й одночасного керування всіма ризиками;

– процес управління ризиком має динамічний характер, що пов'язано з безупинним характером прийняття рішень, гнучкістю та адаптивністю ризик-менеджменту.

Цифровізація торгово-посередницької діяльності, з одного боку, дозволяє підвищити її ефективність завдяки розширенню інформаційного поля, а з іншого, – збільшує ризики, що супроводжують цей процес, та спонукає усіх учасників торгівлі до постійної адаптаційної роботи задля їх зменшення [15].

Використання цифрових технологій в торгівлі якісно розширило можливості реклами, просування товарів на ринок, укладання контрактів, дозволило розширити інформаційне забезпечення торгових операцій. За допомогою мережі Інтернет-технологій оптовим і роздрібним покупцям легко знайти інформацію про існуючі та нові товари і послуги, підприємства та організації; торговельному підприємству, у свою чергу, – можна швидше знайти бізнес-партнерів, постачальників і покупців, нові джерела інвестицій, вигідні комерційні пропозиції, а також зробити онлайнове замовлення, укласти онлайнкову міжнародну угоду, створити Інтернет-магазин, віртуальне підприємство або створити віртуальну спільноту. В той же час потрібно враховувати ризики, що супроводжують нові можливості електронної торгівлі, як найбільш важливої складової економічної безпеки електронного бізнесу.

Основні ризики онлайн-торгівлі:

– порушення авторських прав (незаконне відтворення та розповсюдження матеріалів);

– незахищеність доменного імені;

– фіктивні фірми;

- продаж товарів низької якості;
- злодійство, поширення та пошкодження інформації після несанкціонованого доступу до веб-ресурсу (незаконне стирання, руйнування, псування або приховування даних без права на це);
- поширення інформації у зв'язку з переходом працівників до конкурентів (витік інформації, що часто супроводжується втратою клієнтів та важливих фахівців);
- помилки, допущені під час розробки програмного забезпечення (помилки в програмі або системі, яка видає несподіваний або неправильний результат);
- несанкціонований доступ до веб-сайту (протиправні дії, в результаті яких, зловмисник отримує доступ до закритої для сторонніх осіб інформації);
- злам електронного магазину для продажу посилань та поширення рекламних матеріалів без дозволу власника магазину;
- збій в роботі сервера;
- неправильна інтеграція системи електронної комерції з внутрішніми робочими процесами;
- фізичні загрози (будь-які загрози для персональних даних, які можуть дозволити стороннім людям отримати фізичний доступ до комп'ютера, а також загрози крадіжки, знищення комп'ютера, стихійних лих, пожеж та ін.);
- людський фактор (помилки співробітників);
- нанесення шкоди корпоративному іміджу бізнесу (дії, що здійснюються винятково з наміром заподіяти шкоду веб-сайту, а також зловживання правами, нанесення збитку діловій репутації компанії);
- ризики, пов'язані з оплатою онлайн в електронних магазинах (наявність обману та шахрайства при розрахунку електронними грошима зі злочинним веб-магазином);
- ризики, пов'язані з постачальниками, надання їм доступу до даних, поширення стратегії й тактики маркетингу (неправомірне поширення комерційної таємниці компанії та іншої важливої інформації);
- ризики, пов'язані з клієнтами, надання їм доступу до даних, поширення стратегії й тактики маркетингу (зловживання наданою інформацією та неправомірне її поширення);
- недостатня інтеграція електронної комерції з каналами постачання товарів (основною причиною недостатньої ефективності

або рівня розвитку електронної закупівлі є розрив між традиційною та електронною логістикою на підприємстві);

- небезпека втрати введених даних (номер кредитної карти, ім'я, адреси можуть бути перехоплені й використані для шахрайської діяльності);

- фальсифіковані продукти (продукти, які існують тільки на сторінці (X)-магазину, в реальності їх немає) тощо.

До заходів, що можна запропонувати для *мінімізації ризиків* при проведенні електронної торгівлі, можна віднести:

- використання безпечного браузера;
- встановлення та своєчасне оновлення антивірусного захисту;
- перевірка клавіатури на підключення до неї записуючих пристроїв для збору інформації при кожному натисканні кнопок, включаючи паролі;

- перевірка наявності невідомого програмного забезпечення на комп'ютері, деякі програми здатні записувати всі натискання на клавіатурі;

- регулярну зміну паролів;

- шифрування інформації (процес перетворення інформації, щоб зробити її незрозумілою для всіх, окрім отримувача);

- аутентифікацію (застосовується для перевірки права доступу користувача до певних даних);

- використання програмного забезпечення з можливостями захисту даних та своєчасне його оновлення;

- навчання персоналу ідентифікації цілей та розпізнавання слабких місць системи;

- користування популярними (перевіреними) онлайн-магазинами.

Врахування ризиків в електронній торгівлі та впровадження запропонованих заходів допоможе усім її учасникам позбутися зайвих витрат при комерційних торгових операціях. Але треба враховувати те, що усіх ризиків остаточно позбутися неможливо, користування Інтернетом не дає стовідсоткової гарантії не виникнення ризикової ситуації. Тому для ефективного ведення онлайн-комерції необхідно приймати ті антиризикові заходи, які відповідають ситуації, яка виникає.

В процесі вивченні даної теми бажано використовувати рекомендовані літературні джерела [4, 13,14,15, 22].

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

ПРИКЛАД 1

Річний обсяг продажу підприємства становить 100 тис. одиниць продукції. Ціна продажу одиниці продукції 50 грн. Змінні витрати підприємства на одиницю продукції становлять 40 грн. Передбачається, що при ослабленні умов щодо розрахунків дебіторська заборгованість покупців зросте на 500 тис. грн. При цьому обсяг продаж зросте на 30 тис. одиниць продукції. 5% виручки від продажу 30 тис. одиниць продукції будуть втрачені для підприємства як безнадійні борги. Припускаючи, що собівартість проданої продукції становить 80% від виручки, а вартість капіталу (позики), залученого для фінансування виробництва – 12%, визначте, чи варто підприємству послаблювати покупцям розрахункові умови?

Розв'язання:

1. Додатковий дохід від зростання обсягу продажів:

$$30\ 000 \cdot 50 = 1\ 500\ 000 \text{ грн}$$

2. Додаткові витрати від зростання обсягу продажів:

$$30\ 000 \cdot 40 = 1\ 200\ 000 \text{ грн}$$

3. Прибуток від зростання обсягу продажів:

$$150\ 000 - 120\ 000 = 300\ 000 \text{ грн}$$

4. Втрати, пов'язані з безнадійними боргами:

$$30\ 000 \cdot 50 \cdot 0,05 = 75\ 000 \text{ грн}$$

5. Витрати на сплату відсотків за користування позикою:

$$500\ 000 \cdot 0,8 \cdot 0,12 = 48\ 000 \text{ грн}$$

6. Чистий прибуток:

$$300\ 000 - 75\ 000 - 48\ 000 = 177\ 000 \text{ грн}$$

Висновок: підприємству варто послабити розрахункові умови для покупців.

ПРИКЛАД 2

Продавець приватної крамниці (оптовий покупець) стоїть перед дилемою, яку кількість товару необхідно закупити: 1000 чи 2000 одиниць? При купівлі оптом 1000 одиниць товару затрати складатимуть 200 грн за одиницю. А при купівлі 2000 одиниць –

180 грн за одиницю. Підприємець буде продавати товар по 300 грн за одиницю. Але він не знає, чи буде попит на даний товар. Весь не реалізований протягом відомого терміну товар можна буде реалізувати дещо пізніше, але лише по ціні 100 грн за одиницю. Одержана інформація, на базі якої ймовірність того, що попит складе 1000 одиниць, становить 0,5, а ймовірність того, що попит складе 2000 одиниць, дорівнює теж 0,5.

Визначити спосіб зниження ризику. Оцінити його вартість.

Розв'язання:

При продажу 1000 одиниць товару прибуток становитиме

$$1\ 000 \cdot (300 - 200) = 100\ 000 \text{ грн}$$

За умови реалізації 2000 одиниць він становитиме

$$2\ 000 \cdot (300 - 180) = 240\ 000 \text{ грн}$$

Тоді середній сподіваний прибуток становитиме

$$0,5 \cdot 100 + 0,5 \cdot 240 = 170\ 000 \text{ грн}$$

Маємо, що сподівана вартість повної інформації:

$$170 - 0,5 \cdot 240 = 50\ 000 \text{ грн}$$

Висновок: Отже, для більш точного прогнозу, необхідно здобути додаткову інформацію про попит заплативши за неї не більше ніж 50 000 грн.

ПРИКЛАД 3

За допомогою розрахунку коефіцієнту заборгованості потрібно оцінити ступінь ризику зниження фінансової стійкості торговельного підприємства та надати рекомендації щодо можливостей отримання додаткового банківського кредиту на підставі даних:

Таблиця 8.3

Баланс на 01.01.2024 р.

Назва статті	Значення, тис. грн	
	на початок року	на кінець року
Актив		
Необоротні активи	5 000	6 000
Оборотні активи	2 000	3 000
Пасив		
Короткострокова заборгованість	600	800
Довгострокова заборгованість	2 400	2 000

Розв'язання:

Коефіцієнт заборгованості показує співвідношення залучених і власних коштів підприємства. Оптимальне значення даного показника 0,3-0,5. Даний коефіцієнт використовується при оцінці ступеню ризику зниження фінансової стійкості підприємства. Ризик зниження фінансової стійкості зростає по мірі підвищення коефіцієнта заборгованості.

Розрахуємо коефіцієнт заборгованості на початок року:

$$K_{зб} = \frac{2\,400 + 600}{5\,000 + 2\,000} = 0,43$$

на кінець року:

$$K_{зб} = \frac{2\,000 + 800}{3\,000 + 6\,000} = 0,31$$

Висновок: Коефіцієнт заборгованості підприємства на початок року був відносно невисоким (0,43), однак на кінець року він знизився до 0,31. Рівень фінансової стійкості є досить високим, тобто підприємство фінансує свої господарські операції переважно за рахунок власних коштів. Ймовірність отримання додаткового банківського кредиту за таких умов є досить високою.

ПРИКЛАД 4

Магазин має можливість закупити один з двох видів товарів, що користується попитом на ринку. Водночас, за даними відділу маркетингу, з позицій ризику можливі дві ситуації – сприятлива та несприятлива. Для товару одного виду сприятлива ситуація описується ймовірністю 0,4 та можливим доходом від продажу у сумі 150 тис. грн, несприятлива – ймовірністю 0,6 та доходом у 50 тис. грн; для другого товару ці дані є такими: у випадку сприятливої ситуації ймовірність – 0,8 та доход 120 тис. грн, та, відповідно, у випадку несприятливої – 0,2 та 20 тис. грн. Необхідно оцінити ступінь ризику та рекомендувати вибір рішення щодо закупівлі одного з двох видів товарів.

Розв'язання:

Математичне очікування доходу для першого товару:

$$m = 0,4 \cdot 150 + 0,6 \cdot 50 = 60 + 30 = 90 \text{ (тис. грн)}$$

для другого товару:

$$m = 0,8 \cdot 120 + 0,2 \cdot 20 = 96 + 4 = 100 \text{ (тис. грн)}$$

За цими даними закупівля другого виду товару здається дещо привабливішою, але не настільки, щоб однозначно надати перевагу щодо закупівлі саме на користь його закупівлі. У цій ситуації продовжуємо оцінювати ризик, орієнтуючись на дисперсію: для першого товару:

$$d = 0,4 \cdot (150 - 90)^2 + 0,6 \cdot (50 - 90)^2 = 1\,440 + 960 = 2\,400$$

для другого товару:

$$d = 0,8 \cdot (120 - 100)^2 + 0,2 \cdot (20 - 100)^2 = 320 + 1\,280 = 1\,600$$

Оцінка дисперсії вказує на те, що варіант з другим товаром є менш ризикованим. Оскільки цей варіант є одночасно і більш привабливим з точки зору очікуваного доходу, його слід обрати як рішення щодо закупівлі товару.

Висновок: очікуваний дохід в разі купівлі другого товару є більшим, ніж для першого, а ступінь ризику, оцінений дисперсією, є менше, тому саме на другому товарі доцільно зупинити вибір під час закупівлі.

ПРИКЛАД 5

Фінансовий менеджер виробничого підприємства «Мрія» вирішує питання щодо укладення довготермінової угоди з торговельним підприємством на продаж великої партії товару. Йому на вибір пропонується два торговельних підприємства «А» і «Б». За даними, наведеними з балансів торговельних підприємств «А» і «Б», потрібно оцінити ступінь ризику неплатоспроможності, розрахувавши:

- а) коефіцієнт поточної ліквідності;
- б) коефіцієнт швидкої ліквідності;
- в) коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Надати рекомендації щодо вибору підприємства-партнера.

Таблиця 8.4

Баланс на 01.01.2024р.

Назви статті	Значення, тис. грн	
	А	Б
1	2	3
Актив		
Запаси	3 500	6 500
Дебіторська заборгованість	1 980	2 600
Готівка в касі	650	850
Грошові кошти на розрахунковому рахунку	200	1 500

Продовження таблиці 8.4

1	2	3
Витрати майбутніх періодів	300	3 500
Пасив		
Короткострокові кредити банків	5 000	7 000
Кредиторська заборгованість за товари	700	3 000
Поточні зобов'язання за розрахунками	5 500	4 200

Розв'язання:

Розрахуємо коефіцієнти поточної ($K_{пл}$), швидкої ($K_{шл}$) і абсолютної ($K_{абсл}$) ліквідності для обох підприємств А і Б:

Торговельне підприємство «А»:

Коефіцієнт поточної ліквідності:

$$K_{пл} = \frac{3\,500 + 1\,100 + 2\,800 + 980 + 400 + 650 + 1\,200 + 750 + 300}{5\,000 + 700 + 5\,500} = 1,04$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності:

$$K_{шл} = \frac{1\,100 + 2\,800 + 980 + 400 + 650 + 1\,200 + 750 + 300}{5\,000 + 700 + 5\,500} = 0,73$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$K_{абсл} = \frac{650 + 200}{5\,000 + 700 + 5\,500} = 0,076$$

Торговельне підприємство «Б»:

Коефіцієнт поточної ліквідності:

$$K_{пл} = \frac{6\,500 + 1\,400 + 3\,200 + 2\,600 + 4\,500 + 850 + 1\,500 + 2\,700 + 3\,500}{7\,000 + 3\,000 + 4\,200} = 1,88$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності:

$$K_{шл} = \frac{1\,400 + 3\,200 + 2\,600 + 4\,500 + 850 + 1\,500 + 2\,700 + 3\,500}{7\,000 + 3\,000 + 4\,200} = 1,43$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$K_{абсл} = \frac{850 + 1\,500}{7\,000 + 3\,000 + 4\,200} = 0,165$$

Висновок: Порівнюючи розраховані коефіцієнти, доходимо висновку, що більшу ступінь ризику неплатоспроможності має торговельне підприємство «А». Тому фінансовому менеджеру торговельної компанії «Мрія» доцільно для співпраці обрати підприємство «Б».

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ

за темою «Економічні ризики та методи управління ними»

ЗАВДАННЯ № 1

Підприємство вирішує, чи варто взяти участь у ризикованому проєкті, пов'язаному з продажем нової моделі товару. У разі успіху очікується додатковий прибуток *25 тис. грн*, а у разі невдачі – збиток *15 тис. грн*. Коефіцієнт імовірності успіху підприємства – *0,7*. Який варіант дій доцільно обрати?

ЗАВДАННЯ № 2

Підприємство щодня випускає на ринок *10 партій* товару по *100 одиниць* у кожній. Як засвідчує досвід, у кожній партії міститься від одного до *6 бракованих виробів*. Який ризик втрат підприємства за тиждень, оцінений за кількістю бракованих виробів?

ЗАВДАННЯ № 3

Від послаблення розрахункових умов своїм покупцям підприємство очікує одержати прибуток у розмірі *14 тис. грн*. При цьому за рахунок збільшення дебіторської заборгованості з обороту підприємства буде вилучено *20 тис. грн*. Передбачається, що безнадійні борги зростуть з *5 до 13 тис. грн*. Річна ставка за банківськими позиками – *14%*. Визначити, чи варто послаблювати розрахункові умови покупцям.

ЗАВДАННЯ № 4

Визначити вартість інформації, необхідної для прийняття рішення про вибір варіанту вкладення капіталу, якщо підприємець має можливість придбати *200 од.* товару за ціною *2000 грн* за одиницю чи *500 од.* за ціною *1500 грн*. Підприємець припускає, що зможе продати товар за *3000 грн* за одиницю. Вірогідність продажу *200 од.* товару складає *0,5*, *500 од.* – *0,5*.

ЗАВДАННЯ № 5

ТОВ «Мрія» і ТОВ «Люкс» планують вкласти капітал у цінні папери. У ТОВ «Мрія» власні засоби складають *5 000 тис. грн*, а сума можливих збитків – *3 500 тис. грн*. У ТОВ «Люкс» власні засоби складають *30 000 тис. грн*, а можливий збиток – *12 000 тис. грн*. Яке з підприємств здійснює менш ризиковане вкладення капіталу? Обґрунтуйте свою думку.

9. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ

ЗАВДАННЯ №1

На підставі наведених даних скласти прогноз товарообороту підприємства у наступному році у загальному обсязі та асортиментній структурі, та розрахувати його динаміку. За даними звіту фактичний товарооборот торговельного підприємства за поточний рік складає 3450 *тис. грн*, зокрема по секції бакалійних товарів – 980 *тис. грн*, по секції гастрономічних товарів – 612,3 *тис. грн*, по секції, що реалізує фрукти та овочі, – 210,9 *тис. грн* (інше припадає на секцію кондитерських виробів). Прогноз на наступний рік передбачає збільшити товарооборот підприємства на 20%, при цьому питома вага в товарообороту секції гастрономічних товарів має зменшитися на 10%, секції кондитерських виробів має зрости на 12%, а секції, що торгує фруктами та овочами – на 5%. Розрахунки оформити таблицею.

ЗАВДАННЯ №2

Здійснити аналіз роздрібного товарообороту торговельного підприємства та дати оцінку його діяльності на ринку, якщо на протязі року в організації роботи підприємства відбулися певні зміни:

а) з початку другого кварталу у магазині було встановлено кіоск «Продукти дитячого харчування». Середньомісячний товарооборот кіоску прогнозувався в обсязі 3,5 *тис. грн*. За підсумками року фактичний товарооборот кіоску склав 11,5 *тис. грн*;

б) з 1 травня було відкрито філію магазину, яка щомісячно мала реалізувати товарів на суму 12 *тис. грн* (згідно плану). Фактична реалізація за підсумками року склала 29 *тис. грн*.

Річний план товарообороту торговельного підприємства на початку року не враховував окреслені зміни і був встановлений в обсязі 1177 *тис. грн*, загальна сума фактичного товарообороту за даними на 31 грудня склала 1190 *тис. грн*.

ЗАВДАННЯ №3

Скласти прогноз роздрібного товарообороту торговельних підприємств міста для поточного року у загальному обсязі та у розрахунку на душу населення та зробіть висновки стосовно його динаміки. Відомо, що реалізація товарів народного споживання торговельними підприємствами обласного центру з населенням 650 *тис. осіб* за

минулий рік становить 1200 млн. грн. В поточному році очікується скорочення чисельності населення (у зв'язку з демографічними чинниками, міграціями) на 4,8%, грошові доходи на душу населення мають зрости на 3,3%. Відомо, що в умовах подорожчання вартості комунальних послуг на купівлю товарів населення міста витрачає не більше 48% грошових доходів.

ЗАВДАННЯ №4

Визначити вплив чинників чисельності працівників та продуктивності праці на зміну товарообороту торговельного підприємства у IV кварталі звітного року за такими даними:

Таблиця 9.1

Показники	План	Факт
Товарооборот, тис. грн	1780	1810
Чисельність працівників, осіб	13	14

ЗАВДАННЯ №5

Перевірити стан товарних запасів магазину на кінець кварталу, визначити відхилення від нормативу у днях та вартісному вираженні, зробити висновки.

Товарооборот торговельного підприємства за квартал – 4210 тис. грн.

Товарні запаси на кінець кварталу – 1950 тис. грн,

у т. ч. запаси товарів сезонного попиту – 340 тис. грн.

Норма товарних запасів – 54 дні.

На підставі проведених розрахунків зробити висновки та пропозиції.

ЗАВДАННЯ №6

За допомогою наведених даних визначити товарні запаси на кінець кварталу у сумі і днях обороту та відхилення від нормативу:

- очікуваний товарооборот за квартал складає 7320 тис. грн;
- запас товарів на початок кварталу 610 тис. грн;
- надходження товарів на протязі кварталу склало 8340 тис. грн;
- норма товарних запасів на кінець кварталу – 60 днів.

ЗАВДАННЯ №7

На підставі врахування наведених нижче даних, визначити для підприємств №1 (продовольчий магазин) і №2 (промтоварний магазин) прогнозний та фактичний час товарного обертання в днях і в кількості

оборотів для I-го кварталу року, викласти можливі причини відхилення від нормативу товарних запасів, зробити висновки та пропозиції.

Таблиця 9.2

Товарооборот	Продовольчий магазин	Промтоварний магазин
Прогнозний (тис. грн)	1345	1410
Фактичний (тис. грн)	1456	1500

Відомості про товарні запаси торговельних підприємств

Дати	Продовольчий магазин		Промтоварний магазин	
	Норматив товарних запасів	Очікуваний товарний запас	Норматив товарних запасів	Очікуваний товарний запас
1.01.	110	118,0	350	410
1.02.	89	76	470	490
1.03.	102	120	480	510
1.04.	119	104	400	430

ЗАВДАННЯ №8

За даними таблиці провести порівняльний аналіз ефективності роботи двох торговельних підприємств, які працюють в однакових умовах:

Таблиця 9.3

Показники	Магазин	
	з традиційною формою продажу товарів	самообслуговування
Товарооборот, тис. грн	12560	11610
Площа торгового залу, м ²	240	250
Чисельність працівників, осіб	22	17
Вартість основних засобів, тис. грн	1052,5	1147,2

Зробити висновки щодо ефективності застосування форми самообслуговування покупців. Розрахунки (товарооборот на 1м² торгового залу, на одного працівника, на 1 тис. грн вартості основних засобів) та інші дані аналізу оформити таблицею.

ЗАВДАННЯ № 9

Скласти прогноз обсягу надходження товарів до підприємства у наступному році з виокремленням надходження імпортованих товарів від закордонних постачальників. Відомо, що товарооборот торговельного підприємства за підсумками року фактично склав 3350 тис. грн; товарні запаси на початок наступного року становлять 494 тис. грн.

Прогнозується збільшити товарооборот в наступному році на 12%. Питома вага надходження по імпорту у загальному обсязі постачання на протязі року має скласти 35%. Норма товарних запасів на кінець року – 32 дні до обороту четвертого кварталу. Питома вага четвертого кварталу у річному обсязі товарообороту планується в розмірі 27%.

ЗАВДАННЯ № 10

Визначити очікуваний обсяг товарних запасів на кінець кварталу в сумі і в днях, розрахувати відхилення від нормативу, зробити висновки, використовуючи наведені дані:

- очікуваний товарооборот за квартал – 2740 тис. грн;
- товарний запас на початок кварталу – 850 тис. грн;
- очікуване надходження товарів – 2480 тис. грн;
- норма товарних запасів на кінець кварталу – 17 днів.

ЗАВДАННЯ № 11

Проаналізуйте динаміку товарообороту магазину, якщо відомо: товарооборот минулого року склав 812 тис. грн, у звітному році приріст обсягу надходження товарів дорівнює 12%, що складає 24 тис. грн, товарні запаси знизились на 215 тис. грн, інші документовані природні втрати товарів склали 2 тис. грн.

ЗАВДАННЯ № 12

На підставі наведених нижче даних проаналізуйте динаміку рівня витрат обігу з урахуванням того, що ціни на товари підвищилися в середньому на 8%, а частка витрат, що залежать від зміни цін, склала 40%:

Таблиця 9.4

Показник	минулий рік	звітний рік
Товарооборот, тис. грн	2550	2720
Витрати обігу, тис. грн	1220	1250

ЗАВДАННЯ №13

Визначити чисельність працівників магазину у наступному році за такими даними:

- товарооборот магазину за звітний рік 5300 тис. грн;
- чисельність продавців у звітному році 28 осіб;
- питома вага продавців у штаті магазину 70%.

В наступному році планується зростання товарообороту на 5%, продуктивності праці – на 2%, питома вага продавців залишиться на рівні звітнього року.

ЗАВДАННЯ № 14

Визначити вплив фондівіддачі і вартості основних засобів на зміну товарообороту торговельного підприємства за наступними даними:

Таблиця 9.5

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Товарооборот, тис. грн	1780	1980
Середня вартість основних засобів, тис. грн	1120	1140

ЗАВДАННЯ №15

Розрахуйте абсолютну та відносну економію (перевитрати) витрат обігу торговельного підприємства за поточний рік на підставі наступних даних в таблиці:

Таблиця 9.6

Показник	план	фактично
Товарооборот, тис. грн	1520	1560
Рівень змінних витрат, %	4,5	4,7
Умовно-постійні витрати, тис. грн	410,5	413,0

ЗАВДАННЯ № 16

Здійснити аналіз витрат обігу торговельного підприємства. За допомогою даних, наведених нижче в таблиці, в процесі аналізу визначити:

- рівень витрат обігу по плану і фактично;
- суму відносної економії або перевитрат;
- вплив на витрати обігу підприємства зміни обсягу товарообороту, враховуючи поділ витрат на умовно-постійні і умовно-змінні, що залежать від товарообороту.

Таблиця 9.7

Показники	План		Фактичне виконання	
	Сума, тис. грн	У % до товарообороту	Сума, тис. грн	У % до товарообороту
Умовно-змінні витрати		24		23,8
Умовно-постійні витрати	564,5		664	
Товарооборот	1930		1912	

ЗАВДАННЯ № 17

Проаналізуйте витрати обігу торговельного підприємства «Дитячий світ».

Таблиця 9.8

Товарні групи	Товарооборот, тис. грн		Питома вага, %		Рівень витрат обігу, %	
	план	фактично	план	фактично	план	фактично
Одяг	2700	2480			4,90	4,80
Взуття	2220	2728			3,10	3,20
Канцелярські товари	1440	1736			5,25	5,35
Іграшки	5640	5456			2,90	2,80
РАЗОМ	12011	12400	100	100		

Визначити:

- рівень витрат обігу по підприємству в цілому по плану, фактично та в перерахунку на планову структуру товарообороту;
- відносну економію (перевитрати) витрат обігу;
- вплив зміни структури товарообороту та інших факторів на рівень витрат обігу підприємства.

ЗАВДАННЯ № 18

На прикладі звітних даних двох торговельних підприємств розглянути показники валового доходу в розрахунку на:

- 1 тис. грн товарообороту;
- 1 м² площі торгового залу;
- одного працівника підприємства.

За допомогою розрахунків зробити висновки стосовно економічної ефективності роботи підприємств.

Таблиця 9.9

Показники	Підприємство 1	Підприємство 2
Товарооборот за рік, тис. грн	9112	13450
Валовий дохід:		
– в сумі, тис. грн		2430
– у % до товарообороту	32	
Чисельність працівників, осіб	29	36
Площа торгового залу, м ²	200	370

ЗАВДАННЯ № 19

Проаналізувати динаміку рівня доходів торговельного підприємства, враховуючи, що ціни на товари у звітному році

підвищилися в середньому на 9%, а частка доходів, що залежать від зміни цін, склала 32%.

Таблиця 9.10

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Товарооборот, <i>тис. грн</i> :	3118	4130
Доходи від реалізації товарів, <i>тис. грн</i> :	2942	3836

ЗАВДАННЯ № 20

За допомогою наведеної таблиці проаналізувати виконання плану валового доходу торговельного підприємства і визначити:

- 1) загальну суму товарообороту по плану і фактично за квартал;
- 2) планову і фактичну структуру товарообороту;
- 3) суму і рівень валового доходу по плану і фактично;
- 4) суму відхилення фактичного валового доходу від планового показника.

Таблиця 9.11

Товарні групи	Товарооборот, <i>тис. грн</i>		Структура товарообороту, %		Торгова надбавка, %		Валовий дохід, <i>тис. грн</i>	
	План	Факт.	План	Факт.	План	Факт.	План	Факт.
М'ясо	1880	1020			25,0	25,5		
Ковбаси	1100	1320			24,0	24,2		
Молокопродукти	3520	3660			23,5	24,8		
РАЗОМ								

ЗАВДАННЯ № 21

Скласти річний план прибутку підприємства, визначити плановий рівень рентабельності з урахуванням даних:

- а) товарооборот у звітному році склав 5200 *тис. грн*;
- б) валовий дохід у звітному році склав 2340 *тис. грн*;
- в) витрати обігу у звітному році становили 2236 *тис. грн*.

У наступному році очікуються зміни:

- товарооборот має зрости на 4%;
- валовий дохід зросте на 1,5% (темп зростання);
- рівень витрат має знизитися на 2% (темп зниження).

Запропонувати рекомендації керівництву для забезпечення виконання плану прибутку?

ЗАВДАННЯ № 22

На підставі наведених даних розрахувати показники, яких в таблиці не вистачає; проаналізувати виконання плану прибутку торговельного підприємства, з'ясувати, які чинники і в якій мірі вплинули на прибуток.

Зробити висновки та пропозиції стосовно підвищення рентабельності підприємства.

Таблиця 9.12

Показники	План	Факт	Відхилення (+,-)
Товарооборот, тис. грн	3110	3212	
Валовий дохід:			
– сума, тис. грн			
– рівень, %	44	45	
Витрати обігу			
– сума, тис. грн			
– рівень, %	39	42	
Прибуток			
– сума, тис. грн			
– рівень, %			

ЗАВДАННЯ № 23

Визначити фактичну товарооборотність запасів магазину за III квартал звітнього року, якщо товарооборот магазину за квартал склав 3458 тис. грн, а динаміка товарних запасів на протязі кварталу була наступною:

- на 1 червня – 358 тис. грн
- на 1 липня – 227 тис. грн
- на 1 серпня – 402 тис. грн
- на 1 вересня – 286 тис. грн

ЗАВДАННЯ № 24

Розрахувати суму економії чи перевитрат фонду оплати праці торговельного підприємства за рік, використовуючи наведені дані:

Таблиця 9.13

Показники	план	фактично
Товарооборот, тис. грн	3360	3390
Фонд оплати праці, тис. грн	1010,7	1011,5

ЗАВДАННЯ № 25

За наведеними в таблиці даними потрібно перевірити стан товарних запасів на кінець кварталу, визначити відхилення від нормативу в днях і в сумі та зробити відповідні висновки.

Таблиця 9.14

Показники	Значення
Товарооборот магазину за квартал, тис. грн	9500
Сума запасів на кінець кварталу, тис. грн	3800
Норма товарних запасів, днів	71

ЗАВДАННЯ № 26

У звітному періоді фонд оплати праці магазину зріс на 5%, а кількість працівників збільшилася на 2,8%. Розрахувати середню заробітну плату одного працівника?

ЗАВДАННЯ № 27

За прогнозними розрахунками, план товарообороту магазину на поточний рік складав 12450 тис. грн, фактична реалізація товарів за підсумками року становить 10370 тис. грн. Через позаплановий ремонт у 1 кварталі магазин не працював. Проаналізуйте виконання плану товарообороту за умов, що план був розподілений за кварталами рівномірно, частка третього кварталу у фактичному обсязі товарообороту склала 29%, а з 1 липня ціни на товари знизились в середньому на 5%.

ЗАВДАННЯ № 28

Розрахувати відсутні в таблиці показники, перевірити виконання плану прибутку, розрахувати вплив окремих чинників на відхилення фактичного прибутку від плану, надати рекомендації щодо підвищення рентабельності торговельного підприємства у наступному періоді:

Таблиця 9.15

Показники	План		Фактично		Відхилення
	сума, тис. грн	у % до товарообороту	сума, тис. грн	у % до товарообороту	
Товарооборот	2500	х	2550	х	
Валовий дохід		45,5	1147,5		
Витрати обігу	1075			43,2	
Прибуток					

ЗАВДАННЯ № 29

План товарообороту торговельного підприємства на поточний рік був встановлений у сумі 12620 тис. грн. Фактичний товарооборот за рік склав 12580 тис. грн, при цьому 2/3 його прийшлося на перше півріччя. Ціни з 1 липня були підвищені у середньому на 3%. Проаналізуйте виконання плану товарообороту.

ЗАВДАННЯ № 30

Керівництво промтоварного магазину прийняло рішення закупити у виробника партію жіночих костюмів у кількості 200 шт. по ціні 830 грн. Купівля відбулася 10 квітня, а 15 квітня ціни на костюми зросли на 15%. Яку суму економії коштів одержав магазин?

ЗАВДАННЯ № 31

Проаналізуйте швидкість товарообороту підприємства, якщо план товарообороту у другому кварталі був перевиконаний на 5,5% або на суму 7 тис. грн, а динаміка запасів мала такий вигляд:

Таблиця 9.16

Товарні запаси підприємства на певну дату (тис. грн)

Дати	Планова сума товарного запасу	Фактична сума товарного запасу
1 квітня	100	110
1 травня	110	105
1 червня	120	115
1 липня	130	140

ЗАВДАННЯ № 32

Величина оборотних активів торговельного підприємства на кінець звітного періоду складає 5500 тис. грн, витрати майбутніх періодів становлять 1800 тис. грн, термінові зобов'язання підприємства – 4400 тис. грн, доходи майбутніх періодів – 1600 тис. грн.

Розрахувати, на скільки має зрости сума поточних активів підприємства у наступні півроку, щоб досягти значення коефіцієнта покриття, рівного 1,5, за умови, що сума термінових зобов'язань не зміниться.

ЗАВДАННЯ № 33

Торговельне підприємство має за мету реалізувати продукцію двох видів, що користується попитом на ринку. У залежності від

ринкової ситуації, на продаж можна виставляти одночасно 8 т або 5 т продукції «А» та 3 т або 7 т продукції «Б». Потрібно визначити, яку продукцію та в якій кількості виставляти на продаж, якщо наперед невідомо, яка ситуація складеться на період реалізації. Висновки з урахуванням ризику аргументуйте.

ЗАВДАННЯ № 34

Проаналізуйте виконання плану товарообороту у звітному році торговельними підприємствами А і Б, використовуючи наведені дані. За результатами аналізу сформулюйте висновки щодо ефективності роботи підприємств з урахуванням того, що у I кварталі обидва підприємства виконали 25% плану, а з 1 квітня ціни знизились в середньому на 4%.

Таблиця 9.17

Показники	Підприємство А	Підприємство Б
Плановий товарооборот, тис. грн	770	840
Фактичний товарооборот, тис. грн	800	850

ЗАВДАННЯ № 35

Обсяг роздрібного товарообороту магазину склав за звітний рік 4141,7 тис. грн, а кількість працівників – 22 осіб. У порівнянні з минулим роком обсяг роздрібного товарообороту зріс на 15%, кількість працівників – на 3%, ціни зросли у 2 рази. Проаналізуйте вплив на обсяг товарообороту зміни кількості працівників та їх середнього виробітку з урахуванням зміни цін.

ЗАВДАННЯ № 36

Відомі наступні дані про товарооборот магазину (тис. грн). Визначити індекс фізичного обсягу товарообороту у порівняних цінах.

Таблиця 9.18

Товари	Товарооборот у діючих цінах, тис. грн		Індивідуальні індекси фізичного обсягу реалізації
	Минулий рік	Звітний рік	
М'ясо	6900	7900	1,031
Овочі	8300	8800	0,976

ЗАВДАННЯ № 37

На підставі наведених в таблиці даних, визначити:

1) індекси товарообороту в фактичних та порівняних цінах;

2) розмір збільшення (зменшення) товарообороту за рахунок зміни кількості проданих товарів та цін.

Таблиця 9.19

Товари	Товарооборот у фактичних цінах, тис. грн		Збільшення (+), зменшення (-) ціни, %
	Минулий рік	Звітний рік	
Тканини	4400	4070	+10
Одяг	3270	3300	+15
Взуття	1490	1150	+25

ЗАВДАННЯ № 38

Торговельне підприємство має вільні кошти і планує вкласти їх в інвестиційних проект. Підприємству на розгляд пропонується два інвестиційних проекти (А і Б). Оберіть оптимальний варіант інвестування капіталу за наведеними в таблиці даними.

Таблиця 9.20

Показники	Варіанти інвестування	
	А	Б
Власні фінансові ресурси інвестора, тис. грн	200	300
Максимально можлива сума збитку, тис. грн	6	12

ЗАВДАННЯ № 39

Використовуючи дані, наведені в таблиці, дайте оцінку майнового стану магазинів М1 і М2, розрахувавши: коефіцієнт придатності; коефіцієнт оновлення; коефіцієнт вибуття.

Зробіть відповідні висновки.

Таблиця 9.21

Показники	М1	М2
Вартість основних засобів на початок року, тис. грн	480	520
Вартість основних засобів, що надійшли за рік, тис. грн	230	250
Вартість основних засобів, що вибули протягом року, тис. грн	50	70
Знос основних засобів, тис. грн	190	210

ЗАВДАННЯ № 40

Проаналізувати динаміку рівня доходів від реалізації товарів торговельного підприємства, якщо ціни на товари знизились за рік в середньому на 14%, а частка доходів, які залежать від зміни цін, склала 22%.

Таблиця 9.22

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Товарооборот, тис. грн	3100	3700
Доходи від реалізації товарів, тис. грн	1200	1500

ЗАВДАННЯ № 41

Проаналізуйте динаміку обсягу валового доходу торговельного підприємства, якщо відомо:

- валовий дохід у минулому році склав 830 *тис. грн*;
- дохід від реалізації товарів у звітному році зменшився на 80 *тис. грн*;
- приріст суми доходу від реалізації послуг (неторгової діяльності) дорівнює 3%, що складає 25 *тис. грн*;
- доходи, отримані від інших господарських операцій збільшилися на 35 *тис. грн*.

Зробіть відповідні висновки та надайте пропозиції.

10. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Підприємство являє собою:

- а) організаційно відокремлена і економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери національного господарства, що виготовляє продукцію (виконує роботу або надає платні послуги);
- б) складова частина народногосподарського комплексу;
- в) суб'єкт господарювання;
- г) об'єкт господарювання.

2. Самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність з метою одержання прибутку називається:

- а) виробництвом;
- б) бізнесом;
- в) підприємництвом;
- г) підприємством.

3. Сутність терміну «підприємницька діяльність» найповніше розкриває наступне значення:

- а) це підприємство, що здійснюється громадянами для отримання максимального прибутку;
- б) це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку;
- в) ініціативна самостійна діяльність окремих фізичних осіб, що здійснюється з певною майновою відповідальністю;
- г) малий бізнес, що базується на особистій власності або оренді.

4. Статут підприємства – це:

- а) зібрання правил, що регулюють діяльність підприємства та взаємовідносини з іншими господарюючими суб'єктами;
- б) паспорт підприємства;
- в) фірмовий знак підприємства;
- г) імідж підприємства.

5. Колективна угода на підприємстві:

- а) регулює корпоративну культуру на підприємстві;
- б) регулює взаємовідносини колег;

в) угода між найманими працівниками і адміністрацією з питань найму на роботу, оплати та стимулювання праці, соціального захисту, режиму праці та відпочинку, професійного навчання;

г) угода між продавцями та покупцями.

6. Особливості товариства з обмеженою відповідальністю:

а) товариство не несе відповідальності за свої борги;

б) товариство несе відповідальність в межах свого статутного капіталу (своїх вкладів);

в) товариство несе відповідальність неповністю;

г) товариство несе відповідальність в межах номінальної вартості акцій.

7. Товариство, учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями усім своїм майном – це:

а) повне товариство;

б) командитне товариство;

в) акціонерне товариство;

г) господарське товариство.

8. Особливістю кооперативних підприємств є те, що це:

а) добровільні об'єднання громадян з метою ведення господарської діяльності;

б) колективне підприємство акціонерів;

в) споживчі колективи;

г) правильна відповідь відсутня.

9. Конкурентоспроможність підприємства – це:

а) порівняна перевага або комплекс переваг відносно інших підприємств-суперників;

б) вища ефективність виробництва;

в) здатність виробляти більш якісну продукцію;

г) зростання його прибутковості.

10. Методом дослідження економічних явищ в торгівлі є:

а) статистично-економічний;

б) інтенсивний;

в) екстенсивний;

г) тарифно-кваліфікаційний.

11. До складу виробничої інфраструктури торгівлі входять установи:

- а) житлово-комунального господарства;
- б) матеріально-технічного постачання;
- в) з питань охорони праці;
- г) надання послуг з перевезення населення.

12. Торгівля – це:

- а) форма товарного обміну;
- б) форма товарного обігу;
- в) вид господарської діяльності;
- г) галузь господарювання.

13. Соціально-економічні форми торгівлі:

- а) державна;
- б) кооперативна;
- в) приватна;
- г) комунальна.

14. Товарний обмін від товарного обігу відрізняється тим, що:

- а) це обмін товарів і не передбачається зарахування коштів на рахунки продавця;
- б) це обмін з наявністю грошей;
- в) товарний обмін і товарний обіг – це тотожні поняття;
- г) це економічні категорії, що доповнюють одна одну.

15. Торгівля як галузь господарювання характеризується такими показниками:

- а) величиною роздрібного товарообороту;
- б) чисельністю підприємств роздрібно й оптової торгівлі;
- в) середньою заробітною платою;
- г) рівнем рентабельності.

16. Організаційна структура управління – це:

- а) кількість функціональних підрозділів на підприємстві;
- б) склад організаційно-відокремлених підрозділів підприємства та зв'язки, що існують між ними;
- в) чисельність і методи впливу вищих керівників підприємства на структурні підрозділи;
- г) форма, що охоплює і структурує складові внутрішнього середовища підприємства.

17. Організаційні форми торгівлі – це:

- а) кооперативна, приватна, державна;
- б) колективна, муніципальна, комунальна;
- в) торгівля на місцевих ринках, універсальних і спеціалізованих підприємствах;
- г) індивідуальна торгівля, торгівля окремих промислових підприємств.

18. Торгівля як зв'язкова ланка між виробництвом здійснює:

- а) збалансування попиту і пропозиції;
- б) збалансування виробництва товарів у відповідному асортименті;
- в) збалансування споживання товарів;
- г) формування смаків, культури споживання, забезпечення можливості задоволення потреб.

19. Який метод ціноутворення широко застосовується в нашій економіці:

- а) визначення ціни за схемою «собівартість + прибуток»;
- б) за рівнем конкуренції;
- в) за рівнем попиту;
- г) за рівнем якості продукції.

20. Ціна – це:

- а) плата за перевезення пасажирів або вантажів, яка сплачується транспортним підприємствам населенням або відправниками вантажів;
- б) грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги), кількість грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару;
- в) розмір оплати житлових, юридичних, комунальних, туристичних, банківських, побутових та інших послуг;
- г) розмір оплати праці.

21. Роздрібні ціни – це:

- а) ціни, за якими здійснюється продаж товарів населенню торговельними підприємствами або закладами громадського харчування;
- б) ціни, що встановлюються на продукцію державних підприємств, на деякі ресурси, що мають визначальний вплив на загальний рівень і динаміку цін;
- в) ціни, за якими державні, колективні та приватні підприємства розраховуються між собою або з гуртовими посередниками за великі партії товарів;
- г) всі відповіді вірні.

22. Характерною особливістю основних виробничих засобів є:

- а) одночасне перенесення своєї вартості на вартість готової продукції;
- б) тривалий час функціонування у виробничому процесі;
- в) повна зміна своєї форми і розмірів в результаті участі у виробничому процесі;
- г) немає правильної відповіді.

23. Показник фондівдачі характеризує:

- а) обсяг товарообороту в розрахунку на одиницю середньорічної вартості основних виробничих засобів;
- б) обсяг товарообороту в розрахунку на одиницю середньорічної вартості основних і оборотних виробничих засобів;
- в) обсяг товарообороту розрахунку на одиницю потужності підприємства;
- г) обсяг випуску продукції в розрахунку на одиницю витрат на її виробництво.

24. Коефіцієнт оборотності (кількості оборотів) визначається шляхом ділення:

- а) вартості реалізованої продукції за діючими оптовими цінами за певний період на середній залишок оборотних коштів за той же період;
- б) суми оборотних коштів за період на величину вартості реалізованої продукції за той же період;
- в) суми оборотних коштів за період на одnodенну потребу в сировині і матеріалах;
- г) суми оборотних коштів за період на річну потребу в сировині і матеріалах.

25. Тривалість одного обороту оборотних коштів в днях визначається шляхом ділення:

- а) кількості днів у розрахунковому періоді на коефіцієнт оборотності за той же період;
- б) одиниці на коефіцієнт оборотності (раз);
- в) середнього залишку оборотних коштів за період на загальний обсяг реалізованої продукції за той же період;
- г) кількості днів у базовому періоді на коефіцієнт оборотності за той же період.

26. Рентабельність оборотних коштів підприємства – це:

- а) величина доходу підприємства у розрахунку на 1 гривню оборотних коштів;
- б) величина прибутку підприємства у розрахунку на 1 гривню оборотних коштів;
- в) величина оборотних коштів підприємства у розрахунку на 1 гривню прибутку;
- г) величина доходу підприємства у розрахунку на 1 гривню основних засобів.

27. Фінансові інвестиції – це вкладення капіталу для:

- а) простого і розширеного відтворення основних засобів;
- б) відшкодування витрат виробництва;
- в) простого відтворення основних засобів;
- г) придбання цінних паперів.

28. Реальні інвестиції – це вкладення капіталу з метою:

- а) простого і розширеного відтворення основних засобів;
- б) відшкодування витрат виробництва;
- в) простого відтворення основних засобів;
- г) отримання прибутку в звітному періоді.

29. Яке з наведених з наведених нижче визначень розкриває зміст коефіцієнта оборотності обігових коштів:

- а) відношення вартості реалізованої продукції до середніх залишків оборотних коштів у відповідному періоді;
- б) відношення середніх залишків оборотних коштів до вартості реалізованої продукції за відповідний період;
- в) відношення тривалості календарного періоду до кількості оборотів продукції;
- г) відношення суми оборотних коштів підприємства до суми прибутку за відповідний період.

30. До засобів обігу належать:

- а) готова продукція на складі підприємства, грошові кошти на розрахунковому рахунку в банку;
- б) напівфабрикати власного виготовлення;
- в) кредиторська заборгованість;
- г) витрати виробництва.

31. Показник середньооблікової чисельності всього персоналу підприємства в еквіваленті повної зайнятості обчислюється:

- а) для складання штатного розкладу;
- б) для визначення фонду оплати праці;
- в) для розрахунку середніх показників по підприємству;
- г) для прогнозування розміру фонду оплати праці на наступний рік.

32. До яких витрат належать амортизаційні відрахування на відновлення основних засобів:

- а) витрат на збут;
- б) фінансових;
- в) матеріальних;
- г) надзвичайних.

33. Середньооблікова чисельність працівників підприємства за місяць обчислюється:

- а) шляхом сумування чисельності працівників облікового складу за кожен календарний день звітного місяця і діленням отриманого результату на число календарних днів місяця;
- б) діленням суми працівників облікового складу на початок та кінець місяця на 2;
- в) діленням числа явок і неявок на число календарних днів у місяці;
- г) немає правильної відповіді.

34. Сума виручки на одного працівника розраховується:

- а) діленням товарообороту за розрахунковий період на облікову чисельність працівників на початок періоду;
- б) діленням товарообороту продукції на середньооблікову чисельність працівників;
- в) діленням товарообороту на облікову чисельність працівників на кінець періоду;
- г) множенням товарообороту за розрахунковий період на облікову чисельність працівників на початок періоду.

35. Реальна заробітна плата – це:

- а) нарахована працівникові заробітна плата протягом певного періоду;
- б) отримана працівником заробітна плата за вирахуванням податку з доходів фізичних осіб;
- в) отримана працівником сума коштів за роботу протягом певного періоду;
- г) кількість товарів і послуг, які можна придбати за отриману заробітну плату.

36. Підприємство здійснює фінансові інвестиції під час:

- а) продажу короткострокових цінних паперів;
- б) виплати заробітної плати працівникам підприємства;
- в) придбання акцій інших емітентів;
- г) виплати дивідендів власним акціонерам.

37. Трудові ресурси підприємства – це:

- а) сукупність постійних працівників;
- б) чисельність зайнятих суспільно корисною працею у всіх сферах виробництва;
- в) сукупність здатних до праці людей, які є носіями фізичних і духовних здібностей до праці, що використовуються у процесі створення матеріальних цінностей;
- г) чисельність зайнятих на виробництві продукції.

38. На ступінь морального зносу основних засобів впливає:

- а) інтенсивність завантаження обладнання;
- б) якість технічного догляду за станом основних засобів;
- в) поява більш продуктивних засобів праці;
- г) відсутня вірна відповідь.

39. Коефіцієнт оборотності характеризує:

- а) кількість оборотів оборотних засобів за рік;
- б) тривалість одного обороту оборотних засобів;
- в) суму обороту оборотних засобів;
- г) усі відповіді вірні.

40. Тривалість одного обороту оборотних засобів визначається:

- а) відношенням виручки від реалізації продукції до середньорічної вартості оборотних засобів;
- б) множенням коефіцієнта оборотності на кількість місяців в році;
- в) відношенням кількості днів в році до коефіцієнта оборотності оборотних засобів;
- г) відношенням середньорічної вартості оборотних засобів до суми обороту.

41. До власних джерел фінансування інвестиційної діяльності належить:

- а) спонсорська допомога;
- б) нерозподілений прибуток;
- в) короткостроковий банківський кредит;
- г) довгостроковий банківський кредит.

42. До джерел утворення майна підприємства належить:

- а) випущені підприємством акції;
- б) відвантажені, але не оплачені покупцями товари;
- в) придбана підприємством ліцензія;
- г) вірна відповідь відсутня.

43. Розширене відтворення трудових ресурсів підприємства характеризують показники:

- а) підвищення фондівіддачі;
- б) підвищення оплати праці;
- в) підвищення продуктивності праці;
- г) підвищення фондоозброєності працівників.

44. Залишкова вартість основних засобів:

- а) встановлюється після їх переоцінки;
- б) визначається як різниця між їх балансовою (початковою) вартістю і сумою зносу;
- в) вартість матеріалів після списання основних засобів;
- г) усі відповіді вірні.

45. До складу основних невиробничих засобів входять наступні групи:

- а) прилади та інструменти;
- б) передавальні пристрої;
- в) будівлі житлово-комунального господарства;
- г) будівлі виробничого призначення.

46. Трудова активність одного середньорічного працівника визначається як:

- а) відношення кількості відпрацьованого часу (в люд.-год) одним працівником за рік до кількості днів у році;
- б) відношення кількості відпрацьованого часу (в людино-годинах) одним працівником за рік до кількості робочих днів у році;

в) відношення загальної кількості відпрацьованого часу за рік усіма працівниками підприємства до середньорічної кількості працівників;

г) вірна відповідь відсутня.

47. Оборотні засоби включають:

а) фонди обігу і матеріальні оборотні засоби;

б) запаси і витрати майбутніх періодів;

в) нематеріальні ресурси;

г) основні і оборотні засоби.

48. Джерелами формування і поповнення оборотних засобів є:

а) дебіторська заборгованість;

б) прибуток підприємства;

в) виручка від реалізації продукції;

г) виручка від реалізації основних засобів.

49. Предметом вивчення економічних питань є:

а) продуктивні сили;

б) науково-технічний прогрес, передовий досвід;

в) економічні закони;

г) система виробничих відносин, що підпорядковуються дії економічних законів.

50. Витрати підприємства поділяються на прямі та непрямі за:

а) економічним характером витрат;

б) ступенем їх однорідності;

в) способом обчислення на одиницю продукції;

г) реакцією витрат на зміну обсягу реалізації.

51. Ефект – це:

а) результат діяльності у порівнянні з витратами на його досягнення;

б) результат дії економічних законів;

в) одержання максимальної кількості продукції з одиниці земельної площі;

г) усі відповіді вірні.

52. До складу виробничої інфраструктури входять установи:

- а) житлово-комунального господарства;
- б) матеріально-технічного постачання;
- в) з охорони праці;
- г) транспорту з перевезення населення.

53. Ресурсний потенціал підприємства це:

- а) сукупність ресурсів, які можуть бути використані в процесі торговельної діяльності підприємства;
- б) всі ресурси, які мають вартісну оцінку;
- в) грошова оцінка товарних ресурсів;
- г) товари і засоби виробництва сфери торгівлі.

54. Чистий прибуток – це:

- а) прибуток від реалізації, прибуток від іншої реалізації, прибуток від надзвичайних подій;
- б) прибуток від реалізації продукції або послуг непромислових господарств;
- в) частина прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства після сплати податку;
- г) різниця між виручкою від реалізації продукції та її повною собівартістю.

55. Прибуток – це:

- а) виручка від реалізації товарів;
- б) виручка від реалізації товарів за мінусом ПДВ і АЗ;
- в) частина виручки, що залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних з реалізацією товарів та іншими видами діяльності;
- г) виручка від реалізації товарів за мінусом витрат на пакування та збут.

56. Основною умовою одержання підприємством певної суми прибутку є:

- а) перевищення доходів над витратами;
- б) здійснення господарської діяльності в певному обсязі;
- в) задоволення попиту;
- г) усі відповіді вірні.

57. На величину доходу від реалізації продукції впливають:

- а) операційний прибуток;
- б) собівартість реалізованих товарів;
- в) рентабельність реалізації;
- г) обсяг реалізації.

58. Валовий прибуток підприємства визначається:

- а) як різниця між чистим доходом і собівартістю реалізованої продукції;
- б) як різниця між валовим доходом і валовими витратами підприємства;
- в) як сума операційного прибутку та прибутку від фінансової діяльності;
- г) як різниця між чистим доходом і сукупними витратами підприємства.

59. Чистий прибуток підприємства визначається:

- а) як різниця між сукупними доходами і сукупними витратами підприємства;
- б) як різниця між валовим доходом і валовими витратами підприємства;
- в) як сума операційного прибутку та прибутку від фінансової діяльності;
- г) як різниця між чистим доходом та операційними витратами підприємства.

60. Рентабельність – це:

- а) частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства;
- б) відносний показник ефективності діяльності підприємства;
- в) різниця між виручкою та прямими витратами;
- г) відношення валових витрат на виробництво до обсягу товарної продукції.

61. Рентабельність власного капіталу підприємства обчислюється:

- а) як відношення чистого прибутку до середніх залишків власного капіталу;
- б) як відношення операційного прибутку до загальних витрат;
- в) як відношення операційного прибутку до середніх залишків капіталу;
- г) як відношення чистого прибутку до середніх залишків активів.

62. Рентабельність активів підприємства обчислюється:

- а) як відношення операційного прибутку до загальних витрат;
- б) як відношення операційного прибутку до середніх залишків капіталу;
- в) як відношення середніх залишків активів до величини чистого прибутку;
- г) як відношення чистого прибутку до середніх залишків активів.

63. За наслідками розрізняють ефективність:

- а) економічну і соціальну;
- б) економічну і госпрозрахункову (локальну);
- в) соціальну і народногосподарську;
- г) технологічну та екологічну.

64. Первісна (балансова) вартість основних засобів це:

- а) вартість основних засобів за цінами, що діють в даний час;
- б) початкова вартість за мінусом спрацювання засобів;
- в) вартість придбання засобів;
- г) вартість продажу засобів.

65. Інтенсивність використання основних засобів характеризує показник:

- а) коефіцієнт рентабельності;
- б) темп зростання;
- в) темп приросту;
- г) коефіцієнт навантаження.

66. Роздрібний товарооборот як економічну категорію характеризує:

- а) кількість товарів масового споживання за групами та окремими найменуваннями, що реалізовані кінцевим споживачам;
- б) сума грошей за товари й послуги, реалізовані через роздрібну мережу та підприємства громадського харчування;
- в) кількісна та якісна характеристика товарної маси, яка переходить із сфери виробництва до сфери споживання;
- г) сукупність економічних відносин, які виникають у процесі обміну грошових коштів на товари масового споживання.

67. Відношенням суми нарахованого зносу до первісної вартості основних засобів обчислюється показник:

- а) коефіцієнт придатності основних засобів;
- б) коефіцієнт реальної вартості основних засобів;
- в) коефіцієнт накопичення амортизації;
- г) коефіцієнт оновлення основних засобів.

68. Капітальні вкладення – це:

- а) грошові засоби, спрямовані на закупівлю сировини, матеріалів, комплектуючих виробів;
- б) грошові засоби, спрямовані на створення нових основних фондів;
- в) грошові засоби, що вкладаються у реконструкцію діючих основних фондів;
- г) правильна відповідь (б), (в).

69. Найбільшу питому вагу у вартісній структурі роздрібного товарообороту як економічного показника має:

- а) вартість засобів праці торговельного підприємства, що переноситься ним на реалізовані товари;
- б) вартість придбаних товарів, що реалізуються торговельним підприємством;
- в) вартість реалізованих товарів, що додатково створюється торговельним підприємством;
- г) вартість трудових ресурсів, що використовуються торговельним підприємством для забезпечення.

70. Роздрібний товарооборот як показник господарської діяльності характеризує:

- а) сукупність економічних відносин, які виникають у процесі обміну товарів на гроші населення;
- б) грошова оцінка вартості товарів, що реалізуються для кінцевого споживання через роздрібну мережу;
- в) кількість проданих товарів за групами та окремими найменуваннями;
- г) загальна сума чистого доходу від операційної діяльності торговельного підприємства.

71. Показник обсягу роздрібного товарообороту на торговельному підприємстві визначається у цінах:

- а) фактичної реалізації за моментом надходження грошей у рахунок оплати за товар від покупця;
- б) в яких ведеться облік товарних запасів, за моментом повної оплати покупцем придбаного товару;
- в) фактичної реалізації за моментом відпуску товарів покупцеві, незалежно від часу сплати грошей;
- г) та за моментом, що визначають власники торговельного підприємства.

72. Враховуватиметься чи ні у складі роздрібного товарообороту торговельного підприємства продаж продукції власного виробництва кондитерського цеху та кафетерію, які є структурними підрозділами даного підприємства?

- а) так, але лише у частині роздрібного продажу даної продукції безпосередньо населенню;
- б) так, враховуватиметься;
- в) ні, не враховуватиметься, оскільки даний вид продажу належить до товарообороту громадського харчування;
- г) ні, не враховуватиметься, крім роздрібного продажу придбаних товарів.

73. Не враховується при визначенні обсягу роздрібного товарообороту торговельного підприємства продаж:

- а) товарів оптом зі складу підприємства;
- б) продукції громадського харчування;
- в) товарів із відстрочкою платежу (у кредит);
- г) друкованих видань через мережу кіосків.

74. Не впливають на попит населення:

- а) грошові доходи населення;
- б) мода;
- в) обсяг і структура виробництва;
- г) товарна пропозиція.

75. Обсяг виручки від продажу товарів та обсяг роздрібногo товарообороту (РТО) торговельного підприємства співвідносяться між собою:

а) обсяг РТО більше або дорівнює виручці, оскільки у РТО враховується повна вартість і тих товарів, які не повністю оплачені;

б) обсяг РТО та виручки рівні між собою, оскільки за визначенням РТО є сумою виручки від реалізації товарів;

в) обсяг РТО менше виручки, оскільки у РТО вартість реалізованих товарів входить з вирахуванням тари;

г) дане співвідношення може бути різним, залежно від особливостей діяльності роздрібногo торговельного підприємства.

76. Обсяг реалізації товарів, що дає змогу торговельному підприємству за рахунок отриманогo доходу покрити поточні витрати на здійснення своєї діяльності та одержати після сплати податків мінімально необхідну суму прибутку характеризує показник:

а) точка ліквідації;

б) точка мінімальної рентабельності;

в) точка беззбитковості;

г) точка грошової рівноваги.

77. Регулюватися торговельним підприємством може наступний фактор, що впливає на обсяг роздрібногo товарообороту:

а) рівень доходів потенційних покупців;

б) пропускна спроможність роздрібної мережі підприємства;

в) рівень та структура споживання, що склалися у зоні діяльності підприємства;

г) ступінь конкуренції ринку, на якому функціонує підприємство.

78. Обсяг реалізації товарів, що дає змогу торговельному підприємству одержати доходи, які будуть дорівнювати поточним витратам характеризує:

а) точка ліквідації;

б) точка мінімальної рентабельності;

в) точка беззбитковості;

г) точка грошової рівноваги.

79. Не враховується у складі роздрібного товарообороту продаж:

- а) нових товарів, придбаних торговельним підприємством на умовах товарного кредиту;
- б) уживаних товарів, що були скуплені торговельним підприємством у населення;
- в) уживаних товарів, що були прийняті торговельним підприємством від населення на комісію;
- г) усі зазначені випадки продажу товарів.

80. Розрахунки обсягу товарообороту торговельного підприємства в точці беззбитковості здійснюються з метою:

- а) оцінки ліквідаційної вартості підприємства;
- б) оцінки ступеня ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства;
- в) оцінки вартості капіталу підприємства;
- г) оцінки можливостей одержання прибутку від основної діяльності.

81. Обсяг реалізації товарів із товарного балансу визначається за формулою:

- а) $Z_n + H + B - Z_k$;
- б) $H - Z_n + B - Z_k$;
- в) $H - B + Z_n - Z_k$;
- г) $H - B + Z_k - Z_n$.

Умовні позначення: H – надходження товарів; B – вибуття товарів, що не входить до реалізації; Z_n – товарні запаси на початок періоду; Z_k – товарні запаси на кінець періоду.

82. Обсяг надходження товарів із товарного балансу визначається за формулою:

- а) $Z_n + P - B - Z_k$;
- б) $P - Z_k + B - Z_n$;
- в) $P + B + Z_k - Z_n$;
- г) $P - B + Z_k - Z_n$.

Умовні позначення: P – реалізація товарів; B – вибуття товарів, що не входить до реалізації; Z_n – товарні запаси на початок періоду; Z_k – товарні запаси на кінець періоду.

83. Формула зміни у товарних запасах (різницю між: величиною товарних запасів на кінець періоду та товарних запасів на початок періоду) із товарного балансу має вигляд:

- а) $P + B - H$;
- б) $H + P - B$;
- в) $H + B - P$;
- г) $H - P - B$.

Умовні позначення: P – реалізація товарів; B – вибуття товарів, що не входить до реалізації; H – надходження товарів.

84. Першим етапом у структурно-логічній моделі управління товарооборотом торговельного підприємства є:

- а) аналіз обсягу, динаміки та структури товарообороту, оцінка факторів, що впливають на товарооборот;
- б) формулювання стратегічних цілей торговельного підприємства щодо товарообороту;
- в) формування інформаційної бази управління товарооборотом;
- г) обґрунтування обсягу та структури товарообороту на плановий період.

85. Платоспроможний попит населення працівниками торгівлі необхідно знати для:

- а) обґрунтування обсягу товарообігу;
- б) обґрунтування обсягу надходження товарів;
- в) обґрунтування нормативу товарних запасів;
- г) підвищення заробітної плати працівникам торгівлі.

86. Предметом вивчення ринку товарів є:

- а) пропозиція товарів і попит на них;
- б) взаємовідносини між покупцями і продавцями;
- в) місткість ринку;
- г) матеріальна забезпеченість населення.

87. На місткість ринку безпосередньо впливають чинники:

- а) обсяг і структура товарної пропозиції, якість товарів;
- б) чисельність і склад населення за статтю, віком;
- в) сезонність;
- г) рівень співвідношення роздрібних цін на товари і послуги.

88. Товарна пропозиція це:

- а) обсяг товарів, призначених для реалізації через систему торгівлі;
- б) обсяг товарів, передбачених для реалізації;
- в) обсяг товарів на певний період, призначений для покриття потреб населення та колективних потреб господарств;
- г) план випуску товарів.

89. Середовище господарювання підприємства поділяють на:

- а) міжнародне і державне;
- б) внутрішнє і зовнішнє;
- в) світове і місцеве;
- г) матеріальне і нематеріальне.

90. Макросередовище функціонування підприємства – це:

- а) середовище прямого впливу на підприємство;
- б) середовище ринкового впливу на підприємство;
- в) середовище непрямого впливу на підприємство;
- г) середовище несанкціонованого впливу на підприємство.

91. Абсолютні величини вимірюються у таких одиницях:

- а) коефіцієнт;
- б) гривні;
- в) штуки;
- г) відсоток.

92. Відносні величини вимірюються у таких одиницях:

- а) відсоток;
- б) метри;
- в) умовні банки;
- г) тонно/кілометри.

93. В товарних запасах роздрібної торгівлі враховується:

- а) товарні запаси поточного зберігання, що забезпечують повсякденні потреби торгівлі;
- б) товари, що прийняті від населення і кооперативів на комісію;
- в) товари, що закуплені та сплачені торговельним підприємством і залишені на відповідальне зберігання в постачальників;
- г) товари в дорозі.

94. Формула для визначення відсотку виконання плану:

- а) $\frac{\text{Фактичні дані звітнього періоду}}{\text{Планове завдання звітнього періоду}} \cdot 100\%$;
б) $\frac{\text{Планове завдання на плановий рік}}{\text{Фактичні дані звітнього періоду}} \cdot 100\%$;
в) $\frac{\text{Фактичні дані звітнього періоду}}{\text{Фактичні дані минулого періоду}} \cdot 100\%$;
г) $\frac{\text{Фактичні дані звітнього періоду в порівняних цінах}}{\text{Фактичні дані минулого періоду}} \cdot 100\%$.

95. Формула для визначення структури:

- а) $\frac{\text{Фактичні дані звітнього періоду}}{\text{Планове завдання звітнього періоду}} \cdot 100\%$;
б) $\frac{\text{Фактичні дані звітнього періоду}}{\text{Фактичні дані минулого періоду}} \cdot 100\%$;
в) $\frac{\text{Одна частина сукупності}}{\text{Друга частина тієї самої сукупності}} \cdot 100\%$;
г) $\frac{\text{Частина сукупності}}{\text{Вся сукупність}} \cdot 100\%$;

96. Визначити відсоток виконання плану роздрібного товарообігу організації за квартал, якщо:

- план товарообігу на квартал – 250 тис. грн,
 - фактичне виконання за звітний квартал – 266,2 тис. грн.
- а) 93,9%;
б) 200,4%;
в) 106,5%;
г) 16,2%.

97. Визначити динаміку роздрібного товарообігу по організації за рік, якщо:

- план товарообігу на рік – 950 тис. грн
 - фактичний товарообіг за звітний рік – 970,3 тис. грн
 - фактичний товарообіг за минулий рік – 820 тис. грн
- а) 102,1%;
б) 103,3%;
в) 86,3%;
г) 84,5%

98. Визначити питому вагу продовольчих товарів у загальному товарообігу, якщо загальний товарообіг склав за поточний рік 970 тис. грн, у тому числі по непродовольчих товарах – 327,7 тис. грн.

- а) 296,0%;
- б) 642,3%;
- в) 33,8%;
- г) 66,2%.

99. Визначити середній товарний запас за звітний рік по підприємству, якщо товарні запаси на:

- 01.01. звітнього року – 820 тис. грн
- 01.04. звітнього року – 820 тис. грн
- 01.07. звітнього року – 780 тис. грн
- 01.10. звітнього року – 840 тис. грн
- 01.01. планового року – 860 тис. грн

- а) 824 тис. грн;
- б) 820 тис. грн;
- в) 756 тис. грн;
- г) 822 тис. грн.

100. Визначити середню оптову (гуртову) ціну 1 кг картоплі за такими даними:

Ціна за 1 кг, грн	Продано, кг
3	80
4	20
2	50

- а) 2,8 грн;
- б) 3,4 грн;
- в) 3,3 грн;
- г) 2,3 грн.

11. ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК¹

А

Аванс: 1) грошова сума, яку перераховують згідно з договором наперед у рахунок майбутніх платежів за матеріальні цінності, виконані роботи чи надані послуги. У разі розірвання договору чи невиконання взятих зобов'язань аванс підлягає поверненню. У міжнародній торгівлі розмір авансу становить здебільшого 10-15% від суми контракту;

2) грошова сума, яку видають працівникові підприємства в рахунок належної йому заробітної плати або на витрати у зв'язку зі службовим відрядженням чи на господарські витрати.

Авансові платежі – сплата до бюджету податків і податкових платежів у розмірах, визначених за прогнозними оцінками об'єкта оподаткування чи за його фактичними розмірами в попередньому періоді або аналогічному періоді попереднього року.

Агентські фірми виступають як незалежні суб'єкти на ринку товарів і послуг. Вони від імені і за рахунок замовника здійснюють посередництво під час укладання угод або самі укладають угоди, виконуючи при цьому як фактичні, так і юридичні дії. Комерційні (торговельні) агенти співпрацюють з принципалами (представник або помічник сторонньої особи) на договірній основі. Розмір винагороди визначає виробник.

Активи – економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей, що використовуються в господарській діяльності і належать підприємству на правах власності, чи у формі претензій (вимог) за зобов'язаннями інших осіб. Активами підприємства є кошти, цінні папери, товарно-матеріальні цінності, основні засоби (фонди), фінансові інвестиції, боргові вимоги та будь-яка інша його власність. Активи підприємства класифікують за багатьма ознаками, основними з яких є:

- форма функціонування – матеріальні, нематеріальні, фінансові активи;
- характер участі у господарському обороті – оборотні та необоротні активи;
- ступінь ліквідності – ліквідні та неліквідні активи.

¹ В процесі тлумачення термінів використано підходи Юніна О.С., Круглової О.О., Савельєва М.О. (Див. Джерело: 24. Фінансово-економічний словник: словник-довідник / О.С. Юнін, О.О. Круглова, М.О. Савельєва та ін. – Дніпро : Видавець Біла К.О., 2018. – 164 с.

Асортимент – перелік товарів різних груп і видів, об'єднані за споживчою, торговою або виробничою ознакою, які реалізуються суб'єктом торговельної діяльності.

Асортимент товарів – повний перелік товарів у розрізі груп, підгруп, видів, різновидів тощо, що знаходяться в пунктах продажу торговельного підприємства.

Асортимент базовий – основні товари, на які припадає не менше 50% продажів підприємства.

Асортимент торговий – перелік товарів, що реалізуються роздрібним торговельним підприємством з урахуванням потреб цільового сегмента (прямих і парних), що мають певну цінову орієнтацію.

Аукціони – це спеціально організовані ринки, які періодично діють у загально визначених світових торговельних центрах. На аукціонах здійснюється привселюдний продаж аукціонних товарів за принципом: власником товару стає той, хто пропонує найвищу ціну. В Україні аукціонний продаж практикується надзвичайно обмежено: нерухомість, худоба.

Б

Банкрутство – неспроможність боржника-підприємства платити за своїми борговими зобов'язаннями. Банкрутство може бути зумовлене конкуренцією, некомпетентним управлінням, створенням неплатоспроможних підприємств тощо.

Беззбитковий обсяг – обсяг товарообороту торговельного підприємства, при якому сума одержаного валового доходу (без ПДВ) дорівнює сумі поточних витрат.

Безризикові фінансові операції – фінансові операції, за якими немає реального ризику втрати капіталу чи доходу і гарантовано отримання розрахункової реальної суми прибутку.

Біржа – особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40-45 видами біржових товарів або цінними паперами. Головне завдання біржі – створення умов для торговельно-посередницької діяльності. Біржі поділяються на фондові, товарні і товарно-сировинні. Товарна спеціалізація бірж досить різноманітна. Так, розрізняють біржі зернові, худоби, какао-кави, металу, дорогоцінного металу, нафти тощо.

Брокерські фірми – це суб'єкти ринку (фірма або окремих незалежний торговий посередник), що виконує посередницькі функції при укладанні угод на продаж товару, який не переходить у його власність. Брокер «зводить» продавця і покупця, укладаючи угоду на комісійній основі, отримуючи при цьому відсоток від вартості проданих товарів або обумовлену суму за кожну одиницю проданого товару. Через нього не проходять матеріальні потоки.

В

Валовий дохід – сукупна грошова виручка підприємства, одержана від діяльності основного, допоміжних, обслуговуючих виробництв підприємства та від реалізації додаткових послуг. Основу валового доходу торговельних підприємств становить валовий дохід від реалізації товарів (від торговельної діяльності).

Валовий прибуток – загальна сума одержаного підприємством прибутку до вирахування податків.

Виробничо-торговельна діяльність – діяльність з виробництва, переробки, продажу і організації споживання продуктів харчування, в тому числі власного виробництва, а також надання послуг, пов'язаних з цією діяльністю.

Витрати обігу – сукупні витрати, які виражені у грошовій формі, пов'язані з процесом обігу товарів і збільшують їх ціну. Поділяються на чисті й додаткові. До чистих належать витрати, безпосередньо пов'язані з актом купівлі-продажу, додаткових – витрати на транспортування товарів, їх зберігання, комплектування, фасування, доставку покупцеві. Додаткові витрати обігу є частиною виробничого процесу, перенесеного в торгівлю. Згідно з єдиною обліковою номенклатурою статей витрат обігу всі витрати на здійснення торговельної діяльності поділяють на: витрати на перевезення; витрати на оплату праці; витрати на оренду та утримання основних фондів і нематеріальних активів; амортизаційні відрахування на повне відновлення основних фондів і нематеріальних активів; витрати на зберігання, відсортування, обробку, пакування товарів у межах норм природних втрат під час перевезення, зберігання і реалізації; витрати на тару; відрахування на соціальні заходи; витрати на обов'язкове страхування майна.

Внутрішнє середовище – функціональні структури роздрібного торговельного підприємства, що забезпечують управління

підприємством, товарообігом, ціноутворенням, спілкуванням з покупцем; загальний рівень професіоналізму, маркетингової культури підприємства та ін.

Внутрішня торгівля – торговельна та виробничо-торговельна діяльність суб'єктів господарювання з реалізації (продажу) вітчизняних та/або імпортованих споживчих товарів на внутрішньому ринку.

Г

Гарантійний строк – строк, протягом якого виробник (продавець, виконавець або будь-яка третя особа) бере на себе зобов'язання про здійснення безоплатного ремонту або заміни відповідної продукції у зв'язку з введенням її в обіг.

Гіпермаркет – крамниця самообслуговування торговельною площею понад 2500 м² з асортиментом продовольчих та непродовольчих товарів понад 15 тисяч асортиментних позицій.

Грошові активи – сума коштів, які перебувають у розпорядженні підприємства на певну дату і є його активами у формі готових засобів оплати (тобто у формі абсолютної ліквідності). До грошових активів належать: кошти в касі торговельного підприємства, кошти на розрахунковому та валютному рахунках, короткотермінові фінансові вкладення, інші грошові активи.

Група товарів – сукупність товарів визначеного класу, що володіють подібним складом споживчих властивостей і показників (наприклад: верхній одяг, білизна, взуття, молочні продукти і т.п.).

Гуртовий (оптовий) товарооборот – продаж товарів великими партіями чи великими обсягами для майбутньої реалізації.

Глибина асортименту – кількість найменувань товару в межах кожної товарної групи.

Д

Дебіторська заборгованість – сума заборгованостей підприємству від юридичних або фізичних осіб (дебіторів). Виникає внаслідок господарських операцій між ними. Основними видами дебіторської заборгованості є: заборгованість за товари, термін оплати яких не настав; заборгованість за товари, не оплачені вчасно; інші види дебіторської заборгованості (заборгованість за розрахунками з бюджетом, працівниками тощо).

Диверсифікація – розширення асортименту товарів з метою зменшення ризику можливих втрат капіталу і зниження доходів. Розрізняють товарну диверсифікацію, диверсифікацію інвестиційного портфеля, диверсифікацію постачальників товарів.

Дистриб'ютор – посередник, який отримує право збувати товари фірми-виробника на певній території у визначений термін. Дистриб'ютор не є власником товару, а лише отримує право на його продаж. Якщо це передбачено угодою, дистриб'ютор може діяти від свого імені.

Дилер – особа або фірма, що займаються купівлею-продажем товарів і що діє від свого імені та за свій рахунок, одержує товар за угодою поставки і стає власником його після її оплати. Після виконання умов угоди поставки стосунки між дилером і виробником припиняються. Спеціалізується на реалізації переважно товарів тривалого використання, що потребують значних обсягів сервісу, який здійснюють сам дилер та його партнери.

Джерела фінансування – наявні та очікувані джерела залучення фінансових ресурсів, а також економічні суб'єкти, спроможні надати ці ресурси.

Джобер – посередник, який скуповує невеликі оптові партії товару для швидкого перепродажу (наприклад, книги).

Е

Ефект економічний – корисний результат економічної діяльності, зиск від неї, що його обчислюється як різниця між грошовим доходом від цієї діяльності та грошовими витратами на її здійснення.

Ефективність економічна – результативність економічної діяльності, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату.

З

Залучений капітал – кошти, залучені підприємством зі сторони. Довготерміновий залучений капітал (термін сплати боргу понад один рік) формується завдяки реалізації акцій, розміщених підприємством на ринку цінних паперів, та довготерміновій кредиторській заборгованості. Короткотерміновий залучений капітал (термін сплати

боргу до одного року) складається з короткотермінової кредиторської заборгованості та заборгованості щодо заробітної плати і податків.

Збутові філії – підприємства, організовані великими фірмами, основною функцією яких є швидка поставка продукції.

Зовнішнє середовище – середовище, в якому підприємство здійснює маркетингову та іншу господарську діяльність.

I

Інвестиції – грошові, майнові, інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку.

Імідж магазину – образ магазину, який утворюється в результаті його чіткого позиціонування у покупців і дозволяє сприймати його як набір переваг, відсутніх у конкурентів.

K

Капітал – сукупні ресурси, що використовуються в підприємстві: сума накопичених матеріальних благ, результат минулої (попередньої) і засіб для подальшої (майбутньої) комерційної діяльності торговельного підприємства.

Кіоск – оснащений торговим обладнанням будова, що не має торгового залу і окремих приміщень для зберігання товарів, розраховане на одне робоче місце продавця, на площі якого зберігається товарний запас.

Комівояжер – службовець підприємства, який займається пошуком клієнтів, чий обсяг повноважень регулюється керівництвом фірми або регіональним керівництвом, якому підпорядкований комівояжер.

Комісійна торгівля – роздрібна торгівля, що припускає продаж комісionерами товарів, переданих їм для реалізації третіми особами-комітентами, по договорах комісії.

Комісіонер – посередник, який укладає угоду про поставку від свого імені, але не є власником товару і працює за рахунок фірми-виробника. Він має склади, забезпечує зберігання товару. Форма винагороди комісіонера – відсоток від суми здійсненої операції або різниця між ціною, призначеною виробником, і ціною реалізації.

Конкуренція – суперництво між продавцями товарів за отримання найвищого прибутку, за кращі умови реалізації товару. Конкуренція є цивілізованою, легалізованою формою боротьби суб'єктів підприємництва за існування, дієвим механізмом відбору та регулювання в ринковій економіці.

Консигнатор – агент, комісіонер, що продає товар консигнанта (власника) за кордоном зі свого складу й від свого імені за винагороду, що отримується від власника товару.

Контрагент – кожна зі сторін у договорі; кожен із суб'єктів, що взаємодіє між собою, беручи участь у спільній роботі, в реалізації угоди тощо.

Л

Ланки товарного руху – кількість складів (ланок), через які проходить товар під час його просування від виробника до споживача, а також в процесі переходу прав власності на товар.

Лізингові фірми – це суб'єкти ринку, основна діяльність яких полягає у наданні в довгострокову оренду з викупом (фінансовий лізинг) машин, обладнання, транспортних засобів, комп'ютерної техніки. Лізингові фірми бувають універсальними і спеціалізованими.

Ліквідність – спроможність підприємства своєчасно виконувати свої кредитно-фінансові зобов'язання, передусім сплачувати борги. Ліквідність визначають співвідношенням розмірів заборгованості та ліквідних засобів, що є в розпорядженні підприємства.

Ліквідність активів – спроможність окремих видів активів підприємства швидко конвертуватися в грошову форму без втрати своєї балансової вартості з метою досягнення необхідного рівня ліквідності підприємства.

М

Магазин – спеціально обладнане стаціонарне будинок (або його частина), призначене для продажу товарів і надання послуг покупцям і забезпечене торговими, підсобними та адміністративно-побутовими приміщеннями, а також приміщеннями для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу.

Маклер – посередник, який представляє інтереси обох сторін і займається пошуком можливостей для укладання угоди.

Маркетинг – система заходів щодо комплексного вивчення ринку й активного впливу на споживчі потреби з метою збуту товарів і одержання прибутку.

Матеріальні активи – основні фонди й оборотні активи будь-якого виду, відмінного від коштів, цінних паперів, деривативів та нематеріальних активів. До матеріальних активів торговельного підприємства належать активи, які мають речову (матеріальну) форму, зокрема: основні засоби, незавершені капітальні вкладення, товарні запаси.

Мерчандайзинг (I) – комплекс заходів, що проводяться в торговому залі і спрямованих на просування того чи іншого товару, марки або упаковки. Результатом М. є стимулювання бажань споживача вибрати і купити просуваний товар.

Мерчандайзинг (II) – маркетинг в роздрібній торговій точці, розробка і реалізація методів і технічних рішень, спрямованих на вдосконалення пропозиції товарів в тому місці, куди споживач традиційно приходить з метою зробити покупку.

Мінімаркет – крамниця самообслуговування, торговельною площею до 200 м² з асортиментом продовольчих товарів не менше 500 асортиментних позицій.

Моніторинг фінансового стану – система постійного спостереження менеджерів за параметрами розвитку підприємства та оцінки найважливіших показників господарської діяльності підприємства в умовах коливання кон'юнктури споживчого і фінансового ринків, а також прогнозування майбутнього фінансового стану торговельного підприємства.

Н

Намет – легко зводиться збірно-розбірна конструкція, оснащена прилавком, яка не має торгового залу і приміщень для зберігання товарів, розрахована на одне або декілька робочих місць продавців, на площі якої розміщений товарний запас на один день торгівлі.

Нематеріальні активи – група активів підприємства, які не мають матеріально-речової форми, зокрема: придбані підприємством за плату права на користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будівлями, спорудами, авторські права, права на товарні знаки і торгові марки, інші майнові права, брокерські місця (права торгівлі на біржі), висока кваліфікація кадрів, фінансова стабільність та деякі інші активи.

Неплатоспроможність (неплатоздатність) – фінансовий стан підприємства, коли воно не може своєчасно виконувати свої фінансові зобов'язання. Виникає внаслідок різних обставин, пов'язаних із фінансово-господарською діяльністю, і супроводжується нестачею власних обігових коштів. Тривала неплатоспроможність може призвести до банкрутства підприємства.

Нормативи товарних запасів – мінімальна усталена величина товарних запасів, необхідних для безперебійної роботи торговельного підприємства.

Норми природного збитку – граничний розмір товарних утрат, установлюваний нормативними документами по конкретному виду товару.

О

Оборотні активи – сукупність майнових цінностей підприємства, які обслуговують поточний господарський процес і повністю споживаються протягом одного торгово-комерційного (операційного) циклу.

Оптова ціна – ціна продажу партії товару, який надходить у торговий обіг у порядку оптової купівлі-продажу.

Оптовий товарообіг – обсяг продажу товарів виробниками і/або торговельними посередниками покупцям для подальшого використання в комерційному обороті.

П

Павільйон – обладнане будова, що має торговий зал і приміщення для зберігання товарного запасу, розраховане на одне або декілька робочих місць.

Пасиви стійкі – залучені підприємством кошти, що формально йому не належать, але за прийнятою системою розрахунків постійно перебувають в його розпорядженні. До пасивів стійких належать: перехідна заборгованість із заробітної плати та відрахувань у фонди (в межах встановлених термінів для цих перерахувань); мінімальна заборгованість перед бюджетом за податки; аванси замовників; резерв майбутніх платежів тощо.

Період обігу – число днів (місяців, років), протягом якого актив чи борг підприємства обертається (використовується) в процесі його господарської діяльності.

Персонал торговельного підприємства – сукупність осіб, що працюють на торговельному підприємстві і вкладають свою працю, фізичні та розумові здібності, знання та навички в проведення господарсько-фінансової діяльності підприємства, реалізацію його статутних завдань (закупівлю та реалізацію товарів, надання послуг та інше).

Перевитрата – перевищення фактичного показника витрат певного виду ресурсів, зокрема й фінансових, порівняно з їх нормативним значенням чи значенням за базовий період.

Платоспроможність – здатність підприємства вчасно і повністю сплачувати за своїми зобов'язаннями, які впливають із торговельних, кредитних чи інших операцій грошового характеру.

Платоспроможний попит – попит на товари і послуги, забезпечений коштами їх покупців (користувачів).

Прибуток від реалізації товарів – показник, що характеризує фінансовий результат торговельної діяльності й обумовлений перевищення валового доходу за винятком обов'язкових платежів, над витратами за визначений період часу.

Продавець – суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації.

Продаж товарів – операції, здійснювані згідно з договорами купівлі-продажу, обміну, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передавання прав власності на товари за плату або компенсацію, незалежно від термінів її надання.

Р

Ризик – усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей у зв'язку з випадковими змінами умов економічної діяльності, несприятливими обставинами. Вимірюють частотою, ймовірністю виникнення того чи іншого рівня втрат.

Рівень фінансового ризику – показник величини, окремих фінансових ризиків.

Роздрібна торгівля – будь-яка діяльність з продажу товарів і послуг безпосередньо кінцевим споживачам для особистого використання.

Роздрібна ціна – ціна продажу одиниці товару, який надходить у торговий обіг у порядку роздрібної купівлі-продажу.

Роздрібний товарооборот – реалізація споживчих товарів поштучно або в невеликих обсягах кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання.

С

Споживчі товари – товари, призначені для задоволення особистих та сімейних потреб населення.

Страховий платіж – ціна страхування: винагорода, яку страхувальник виплачує страховику за взятий на себе ризик.

Страховий випадок – передбачена страховою угодою подія, після якої страховик зобов'язаний виплатити страхове відшкодування (страхову суму) страхувальникові (клієнту).

Структура товарообороту – склад товарообороту в розрізі груп товарів. Перелік таких груп відображений формою статистичного обліку.

Суб'єкт торгівлі – юридична особа або індивідуальний підприємець, що займаються торгівлею і зареєстровані у встановленому порядку.

Т

Товари повсякденного попиту – товари, щодо яких у споживача ще до виникнення конкретної потреби існує карта переваг, що свідчить про готовність придбати будь-який з ряду відомих йому замінників, замість того щоб витратити додаткові зусилля, необхідні для покупки певного товару.

Товари попереднього вибору – товари, щодо яких у споживача до виникнення конкретної потреби не є повною карти переваг, що означає необхідність доповнення її (тобто здійснення пошуку) перед покупкою.

Товари спеціального асортименту – товари, щодо яких у споживача ще до виникнення конкретної потреби існує карта переваг, що обумовлює його відмова від придбання найбільш доступного

субститут і готовність затратити додаткові зусилля, необхідні для здійснення покупки найбільш бажаного товару.

Товарний запас – маса товарів, призначена для наступного продажу, що знаходиться в сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживача.

Товарний кредит – форма комерційного кредиту, за якої резидент або нерезидент передає товари у власність юридичній або фізичній особі за угодою, що передбачає відтермінування на певний час кінцевого розрахунку, та під процент.

Товарний чек – документ встановленої форми, який продавець виписує для підтвердження наявності відібраного покупцем товару, а після оплати — факту купівлі-продажу.

Товарний рух (товарорух) – процес переміщення товарів від місць виробництва до безпосереднього споживача. Частина процесу товароруху здійснюється безпосередньо в магазині – від приймання товару до його викладення на обладнанні в торговому залі.

Товарооборот (товарообіг) – процес реалізації товарів масового споживання та надання платних торговельних послуг населенню для задоволення особистих потреб в обмін на його грошові доходи, або іншим підприємствам – для подальшої переробки чи продажу.

Розрізняють товарооборот *оптовий* (виручка від продажу споживчих товарів, що пройшли визначену технологічну обробку на даному підприємстві, різним оптовим покупцям для наступної реалізації кінцевим споживачам), *роздрібний* (обсяги продажу безпосередньо населенню споживчих товарів для власного користування), *торговельно-посередницький* (обсяг посередницьких операцій купівлі продажу споживчих товарів без будь-якої технологічної обробки на даному торговельному підприємстві роздрібним або гуртовим покупцям).

Торгівля – вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування їх від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надавання пов'язаних із цим послуг.

Торговельна знижка – знижка ціни товару, яку надає продавець покупцеві за умовами договору залежно від поточної кон'юнктури ринку.

Торговельна діяльність – діяльність з купівлі-продажу товарів, у тому числі власного виробництва, або посередницька діяльність, у

тому числі із надання агентських, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробників (постачальників) до кінцевого покупця.

Торговельна надбавка – різниця між ціною продажу і ціною закупівлі товару, яка забезпечує продавцю покриття витрат обігу з продажу даного товару та одержання прибутку.

Торговельне підприємство – первинна, основна ланка сфери торгівлі, її самостійний господарський суб'єкт з правом юридичної особи, створений для закупівлі, зберігання, реалізації товарів і представлення різного роду супутніх послуг у цілях задоволення потреб ринку і отримання прибутку.

Торговельне підприємство роздрібне – майновий комплекс, який є господарською статутною ланкою в роздрібній торгівлі з правами юридичної особи, що здійснює закупівлю товарів для їх продажу кінцевому споживачеві та надає йому послуги.

Примітка. Майновий комплекс охоплює земельні ділянки, будівлі, капітальні та некапітальні споруди, устаткування, інвентар, товари, назву фірми, товарні знаки тощо.

Торговельне підприємство оптове – майновий комплекс, який є господарською статутною ланкою в оптовій торгівлі з правами юридичної особи, яка закупає і продає за договорами поставки (контрактації тощо) товари партіями тим, хто купує їх для подальшого перепродажу або виробничого споживання та надає їм пов'язані з цим торговельні послуги.

Торговельне приміщення – майновий комплекс, який займає окрему споруду (офісне приміщення) або який розміщено у спеціально призначеній та обладнаній для торгівлі споруді, де суб'єкт господарювання здійснює діяльність з реалізації товару.

Торговельний центр – група торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як єдине ціле, які за своїми типами, розмірами та місцем розташування функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують.

Торговельно-посередницький товарооборот – обсяг посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів без будь-якої технологічної обробки на даному торговельному підприємстві.

Торговий зал магазину – спеціально обладнана основна частина торгового приміщення магазину, призначена для обслуговування покупців.

Торгові представники – посередники, які є юридичними особами, що укладають угоди і ведуть справи кількох фірм. Винагорода торговельних представників залежить від обсягу збуту продукції. На відміну від комівоаяжерів вони діють самостійно.

Транзитна форма руху товарів – форма руху товарів від виробника безпосередньо в місця продажу або споживання, минаючи склади посередників.

У

Універмаг – крамниця торговельною площею понад 2500 м² із широким асортиментом непродовольчих товарів понад 10 тисяч асортиментних позицій.

Універсам; супермаркет – крамниця самообслуговування торговельною площею від 400 м² до 2499 м² з асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів понад 5 тисяч асортиментних позицій.

Ф

Фінансовий кредит – кредит, за яким банк чи небанківська фінансова установа передає кошти в позику юридичній або фізичній особі для цільового використання на певний термін та під процент.

Фінансова стійкість – показник стабільності фінансового стану торгового підприємства, яка забезпечується високою часткою власного капіталу в загальній сумі фінансових коштів підприємства.

Фінансові інструменти – різноманітні види ринкового фінансового продукту, зокрема цінні папери, грошові зобов'язання, ф'ючерси, опціони, депозитні свідоцтва, кредитні договори, страхові поліси тощо.

Форма торговельного обслуговування – організаційний прийом, що полягає у переважанні певних методів обслуговування покупців (салонне обслуговування покупців, індивідуальне обслуговування через прилавок, самообслуговування за наявності продавців-консультантів у супермаркетах - магазинах самообслуговування).

Х

Хеджування – форма страхування ціни та прибутку у ф'ючерсних угодах. Полягає в тому, продавець, реалізуючи реальний товар одночасно купує ф'ючерсні контракти з поставкою в майбутньому, тобто здійснює зворотну операцію. Розрізняють такі різновиди хеджування: купівля (купування ф'ючерсних контрактів з метою страхування цін в угодах з реальним ще не придбаним товаром, але який обов'язково буде куплений); продаж (продаж ф'ючерсних контрактів з одночасною закупівлею такої ж кількості реального товару); хеджування ризиків на тривалий час.

Ц

Ціна – грошовий вираз вартості товару. Ціна залежить, з одного боку, від вартості товару, а з іншого – від величини самої грошової одиниці, якою її вимірюють. Вартість товару може залишатися незмінною, але коли вартість грошової одиниці змінюється, змінюватиметься і ціна товару. Залежність між цінами товарів та вартістю грошової одиниці обернено пропорційна. Ціна товару збігається з вартістю тільки у разі відповідності попиту на товар та його пропозиції, в інших випадках ціна відрізняється від вартості. Вона може бути вищою за вартість у разі дефіциту товарів на ринку і нижчою за вартість у разі їх надлишку.

Ч

Чистий дохід – сума доходу підприємства, яка залишається в його розпорядженні після виплати з отриманого валового доходу сум податкових платежів, що входять в ціну товару, зокрема податку на додану вартість, акцизного збору, митних та деяких інших зборів.

Чистий (залишковий) прибуток – частина валового прибутку, що залишається у розпорядженні торговельного підприємства після сплати в бюджет податку на прибуток.

Я

Якість товару – сукупність споживчих властивостей товару.

Ярмарок – торговельний, торговельно-презентаційний, культурно-мистецький захід з організації продажу товарів (як правило, від національного виробника), що проводиться за рішенням органів місцевого самоврядування у певному місці та у визначені строки.

12. АНГЛОМОВНИЙ ДОВІДНИК ТЕРМІНІВ У ТОРГОВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

А

Аванс – imprest; advance; downpayment; prepayment

Авансові платежі – advance payments; prepayments; upfront payment

Агентські фірми – agency firm; agency company; agency

Активи – active assets

Асортимент – assortment; range; speciality

Асортимент товарів – product mix; cross-section; backlist; commodity bundle; merchandise mix; range of goods; sales mix; commodity mix

Асортимент базовий – standard assortment; basic product mix

Асортимент торговий – trade assortment; distributive backlist

Аукціони – auctions; competitive tenders

Б

Балансовий прибуток – accounting profit

Банкрутство – failure; business failure; crash; suspension; bankruptcy; default point

Беззбитковий обсяг – break-even volume

Безризикові фінансові операції – risk-free (nonrisk) financing operations

Біржа – brokers' board; exchange market; share market

Брокерські фірми – brokerage firm; wire house

В

Валовий дохід – gross profits; gross income

Валовий прибуток – gross profit; gross margin; gross return; total profit

Виробничо-торговельна діяльність – production (industrial) and trading activities (business)

Витрати – running costs; disbursements; spendings

Витрати обігу – marketing expenses; circulation costs; distribution costs

Внутрішнє середовище – internal environment

Внутрішня торгівля – interior trade

Г

Гарантійний строк – length of warranty; warranty period

Гіпермаркет – hypermarket; supersupermarket

Грошові активи – monetary assets; cash assets

Гуртовий (оптовий) товарооборот – wholesale goods turnover; wholesale commodity turnover; wholesale commodity circulation

Глибина асортименту – range depth; product line depth

Д

Дебіторська заборгованість – debit indebtedness; debit debts; debts receivable; bills receivable

Диверсифікація – diversification

Дистриб'ютор – retailer; distributor

Дилер – dealer; dealmaker

Джерела фінансування – sources of financing; financing sources; sources of funds

Джобер – jobber; stock jobber

Доходи – incomings; receipts; finances; gains

Е

Економіка торговельного підприємства – economy of mercantile business (trade enterprise)

Економія коштів – cutting; cash savings

Ефект економічний – economic effect; economic benefit

Ефективність економічна – economical efficiency; cost effectiveness; financial viability; productiveness; saving rate

З

Залучений капітал – debt capital; outside funds; outside commons

Збутові філії – trade (sales) branches

Зовнішнє середовище – environment

І

Інвестиції – investments

Імідж магазину – store image; trade image

К

Капітал – capital; fund; assets

Кафе – coffee-room; cafe

Кіоск – stall; kiosk

Комерційна діяльність – business activities; commercial activities; trade activities

Комівожатер – traveling agent; direct sales representative; bagman; salesman; commercial traveller

Комісіонер – business tout; merchandise agent; commission buyer

Конкуренція – business struggle; competition

Консигнатор – bailee; consignee

Контрагент – contractor; contract partner

Л

Лізингові фірми – leasing companies

Ліквідність – liquidity; current position

Ліквідність активів – asset liquidity

М

Магазин – store; shop

Маклер – broker; business tout; commodity broker; makler

Маркетинг – marketing

Матеріальні активи – fixed assets; tangible assets

Мерчандайзинг – merchandising

Мінімаркет – minimarket

Моніторинг фінансового стану – monitoring of financial position (financial standing; financial situation; financial condition)

Н

Намет – tent; pavilion

Нематеріальні активи – goodwill; invisible assets

Неплатоспроможність (неплатоздатність) – insolvency; financial insolvency; pay inability

Нормативи товарних запасів – requirements of trading stock (stock-in-trade)

О

Оборотні активи – floating assets; current asset

Оптова (гуртова) торгівля – wholesale; wholesale trade

Оптова ціна – trade price; wholesale price

Організація підприємства – business organization; company organization; enterprise organization

П

Павільйон – pavilion; hall; showroom

Пасиви стійкі – stable liabilities (equities)

Період обігу – period of circulation

Персонал торговельного підприємства – staff of commercial enterprise (trading company)

Перевитрата – excess expenditure; over expenditure; overdraft

Платоспроможність – paying capacity; responsibility; solvency; purchasing power

Платоспроможний попит – effective demand; consumer demand

Покупець – buyer; demander; spender

Постачання товарів – goods delivery

Прибуток – profit

Продавець – salesclerk; selling assistant; sales assistant

Продаж товарів – distribution of goods; sale of goods

Р

Рентабельність – profitability; cost effectiveness; rentability

Ресторан – restaurant; eating house

Ризик – risk; threat

Ринок товарів та послуг – marketplace

Рівень фінансового ризику – level (scale) of financial risk

Роздрібна торгівля – retail business; distributive trades; retail merchandise

Роздрібна ціна – retail price; consumer price

Роздрібний товарооборот – retail turnover

С

Складські приміщення – storage capacities

Споживчі товари – consumer goods; consumer commodities; consumers' goods

Споживачі торговельних послуг – consumers of commercial services

Страховий платіж – insurance payment
Страховий випадок – insured event; insurance event
Структура товарообороту – structure of turnover

Т

Товари повсякденного попиту – daily demand products (goods)
Товари попереднього вибору – pre-selected products (goods)
Товари спеціального асортименту – products (goods) of special assortment
Товарний запас – supplies of commodities; trading stock; inventory
Товарний кредит – commodity credit; trade credit
Товарний чек – sales voucher; sales receipt
Товарообіг – goods turnover; commodity turnover; commercial exchange; traffic
Товарооборот – turnover
Товарорух – placement ; stock movement; sales promotion
Торгівля – trade; commerce ; commercial business
Торговельна знижка – trade discount
Торговельна діяльність – commerce; commercial activities; trading activity
Торговельна надбавка – markup; trade increment
Торговельна площа – floorspace; sales area; sales floor space; retail area
Торговельне підприємство – franchisee; business; retailer; distribution point; retail outlet; trading company
Торговельне підприємство роздрібне – retail establishment; retail enterprise
Торговельне підприємство оптове – wholesale trading company
Торговельне приміщення – retail space; showroom; place of business
Торговельний бізнес – trade (commercial) business
Торговельний центр – shopping centre; buying center; giant market
Торговельно-посередницький товарооборот – trade and intermediary turnover
Торговий зал магазину – salesroom; trading floor; retail floor; retail space; showroom
Торгові представники – brokers; trade commissioners; trade representatives; commercial salesmen

У

Універмаг – store; general store; supermarket

Універсам – supermarket; convenience store; self-service supermarket

Ф

Фінансовий кредит – untied credit; financial credit

Фінансова стійкість – financial firmness

Фінансові інструменти – financial instruments

Х

Хеджування – hedging

Ц

Ціна – price; value

Ч

Чистий дохід – net profit

Чистий (залишковий) прибуток – earnings; nett income; nett profit

Я

Ярмарок – trade fair; exposition

13. ДОВІДНИК ТИПОВИХ ФОРМУЛ ДЛЯ РОЗРАХУНКІВ

Таблиця 13.1

Формули	Умовні позначення
1	2
<p>Формула балансового зв'язку:</p> $З_n + H = T + B + З_k,$	<p>$З_n, З_k$ – товарні запаси на початок і кінець періоду; H – надходження товарів; T – обсяг реалізації товарів; B – вибуття товарів.</p>
<p>Зв'язок товарообороту з трудовими ресурсами:</p> $T = Ч_c \cdot П_p$	<p>T – обсяг реалізації товарів в певному періоді; $Ч_c$ – середньооблікова чисельність персоналу в періоді; $П_p$ – середня продуктивність праці працівників в певному періоді (обсяг товарообороту на одного працівника).</p>
<p>Залежність між обсягом товарообороту, чисельністю та складом персоналу відповідної кваліфікації, рівнем продуктивності праці:</p> $T = \frac{Ч_{мон} \cdot П_p \cdot 100}{ПВ_{мон}}$	<p>T – обсяг реалізації товарів в певному періоді; $Ч_{мон}$ – середньооблікова чисельність торгово-оперативного персоналу підприємства; $П_p$ – середня продуктивність праці 1 працівника в періоді; $ПВ_{мон}$ – питома вага торгово-оперативного персоналу в загальній чисельності персоналу, %.</p>
<p>Зв'язок товарообороту з основними засобами:</p> $T = O_\phi \cdot \Phi_o$	<p>T – обсяг реалізації товарів O_ϕ – середня вартість основних засобів Φ_o – фондвіддача</p>
<p>Взаємозв'язок між обсягом роздрібного товарообороту, наявністю та ступенем використання матеріально-технічної бази:</p> $T = РМ \cdot Д_p \cdot T_\delta \cdot П_{p \text{ год/рм}}$	<p>T – обсяг реалізації товарів; $РМ$ – кількість робочих місць; $Д_p$ – кількість робочих днів; T_δ – тривалість робочого дня, год.; $П_{p \text{ год/рм}}$ – середньогодинна продуктивність праці на 1 робоче місце (середньогодинний товарооборот на одне робоче місце).</p>
<p>Зв'язок між роздрібним товарооборотом і обсягом торговельної площі підприємства:</p> $T = \frac{ТП \cdot Д_p \cdot T_\delta \cdot P_n}{ПВ_{mn}}$	<p>T – обсяг реалізації товарів; $ТП$ – торговельна площа, m^2; $Д_p$ – кількість робочих днів; T_δ – тривалість робочого дня, год.; P_n – середньогодинний обсяг реалізації на одиницю площі; $ПВ_{mn}$ – питома вага торговельної площі в загальній площі, що експлуатується.</p>

Продовження таблиці 13.1

1	2
Зв'язок товарообороту з валовим доходом: $T = \frac{ВД_p \cdot P_{ВД}}{100}$	T – реалізація товарів; $ВД_p$ – валовий доход від реалізації товарів; $P_{ВД}$ – рівень валового доходу, (%).
Зв'язок товарообороту з витратами обігу: $T = \frac{B \cdot P_в}{100}$	T – реалізація товарів; B – сума витрат обігу; $P_в$ – рівень витрат обігу, (%).
Зв'язок товарообороту із сумою податків: $P = \frac{П_o \cdot 100}{П_m}$	P – реалізація товарів; $П_o$ – сума податків; $П_m$ – податкомісткість товарообороту, (%).
Зв'язок товарообороту із прибутком: $T = \frac{П_p \cdot P_m}{100}$	T – реалізація товарів; $П_p$ – сума прибутку; P_m – рівень рентабельності товарообороту, (%).
Рівень доходів від реалізації товарів: $P_д = \frac{Д_p \cdot 100}{T}$	$P_д$ – рівень доходів від реалізації товарів, %; $Д_p$ – загальна сума доходів від реалізації товарів; T – загальний обсяг реалізації.
Середній рівень торгової надбавки: $P_{mn} = \frac{Д_p \cdot 100}{P - Д_p}$	P_{mn} – середній рівень торгової надбавки, %.
Рівень товарних запасів в днях обороту: $T_д = \frac{TЗ \cdot Д}{T}$	$T_д$ – рівень товарних запасів в днях обороту, днів; $TЗ$ – абсолютна величина товарного запасу на даний період, грошових одиниць; T – реалізація товарів (товарооборот) за даний період, грош. один.; $Д$ – кількість днів у періоді, дні.
Час товарного обертання в днях товарообороту: $Д_o = \frac{TЗ \cdot 360}{T} \text{ або } Д_o = \frac{TЗ}{T_д}$ у кількості оборотів: $K_o = \frac{T}{TЗ} \text{ або } K_o = \frac{Д}{Д_o}$	$Д_o$ – час товарного обертання в днях товарообороту; $TЗ$ – середній товарний запас; T – обсяг реалізації товарів (товарообороту); $T_д$ – одноденний товарооборот; $Д$ – кількість днів в періоді; K_o – час товарного обертання у кількості оборотів.
Рентабельність товарообороту: $P_n = \frac{ВП}{T}$	$ВП$ – валовий прибуток; T – обсяг товарообороту.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Апопій В.В. Теорія та практика торговельного обслуговування: навч. посібн. / В.В. Апопій, І.П. Міщук та ін. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.
2. Апопій В.В., Гуштан Т.В., Павлова М.Б. Роздрібна торгівля: концентрація, спеціалізація та типізація: монографія. Львів : Видавництво Новий Світ-2000, 2018. – 233 с.
3. Балджи М.Д., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. – К.: ФОП Гуляєва В.М., 2021. – 344 с.
4. Болтянська Л.О. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій / Л.О. Болтянська, Ю.О. Прус, М.А. Терещенко – Мелітополь: Люкс, 2021. – 162 с.
5. Височін І.В., Новікова Н.М., Вавдійчик В.М. Економіка підприємства торгівлі. Київ: КНЕУ. 2018. – 428с.
6. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. Київ. Київ. нац. торг.-економ. Ун-т. 2018. – 680с.
7. Бутинець Ф.Ф., Мних Є.В., Олійник О.В. Економічний аналіз. Практикум. Навчальний посібник для студентів вузів. – Житомир: ЖІТІ, 2010. – 416 с.
8. Дмитрієв І.А. Економіка підприємства: навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів. – Х.: ХНАДУ, 2018. – 292 с.
9. Економіка підприємства: підручник: у 3 ч. Ч.1 / А.А. Мазаракі, Г.В. Блакита, Г.В. Ситник та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – 432 с.
10. Економіка підприємства: підручник: у 3 ч. Ч.2 / А.А. Мазаракі, Г.В. Блакита, Г.В. Ситник та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 472 с.
11. Економіка підприємства : підручник : у 3 ч. Ч.3 / А.А. Мазаракі, Н.М. Гуляєва, І.В. Стояненко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 356 с.
12. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум. Навч. Посібник [М.В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, С.С. Матієнко та ін.] / за наук. ред. д.е.н., проф. Семикіної М.В. – Кропивницький: Видавець Лисенко В.Ф., 2020. – 212 с.

13. Економічні ризики та методи їх вимірювання: Навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», / уклад. О.В. Кривда –Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 49 с.

14. Економічні ризики: методи вимірювання та управління: Навчальний посібник / Скопенко Н.С., Федулова І.В., Мазник Л.В., Кириченко О.М., Удворгелі Л.І.; за заг. ред. Скопенко Н.С. К. : НУХТ, 2021. – 344 с.

15. Калініченко З.Д. Ризик-менеджмент: навч. посіб. для здобувачів спец. 051 «Економіка» та 073 «Менеджмент» /З.Д. Калініченко. – Дніпро: ДДУВС, 2021. – 224 с.

16. Ключ Ю.І. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник / Ю.І. Ключ, М.А. Мельнік, Г.В. Пчелинська, І.В. Тацій.– Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2021. – 440 с.

17. Паршин Ю.І. Основи економічного аналізу: навч. посіб. / Ю.І. Паршин, О.А. Паршина. – Дніпро: ФОП Дробязко С.І., 2020. – 180 с.

18. Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Куцик П.О., Апопій В.В., Семак Б.Б. та ін.]. Львів : Видавництво Львівського торговельно- економічного університету, 2018. – Вип. 22. – 162 с.

19. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / [за заг. ред. д.е.н., проф. І.М. Сотник, д.е.н., проф. Л.М. Таранюка]. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.

20. Практикум з економіки підприємства: електр. навч. посіб./ Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська, О.І Лисак. ТДАТУ, 2018. – 244 с.

21. Соломіна Г.В. Економіка підприємства: практикум / Г.В. Соломіна. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. – 142 с.

22. Торговельне підприємництво: підручник / Міщук І.П., Міценко Н.Г., Фролова Л.В. та ін. [за ред. д. е. н., проф. Л.В. Фролової]. Одеса : Бондаренко М.О., 2018. – 640 с.

23. Черниш С.С. Економічний аналіз. К. «Центр учбової літератури». 2019. –256 с.

24. Фінансово-економічний словник: словник-довідник / О.С. Юнін, О.О. Круглова, М.О. Савельєва та ін. – Дніпро : Видавець Біла К.О., 2018. – 164 с.

Додаткова література

1. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 3.12.1990 № 507-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 17.

2. Господарський кодекс України. – К.: Атіка, 2003. – 208 с.
3. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 № 1560- XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992 – № 10.
4. Порядок провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення. Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України 15.06.2006 р. – № 833.
5. Правила продажу продовольчих товарів (зі змінами та доповненнями). Затверджено наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 р. – № 183.
6. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами. Затверджено наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007р. № 104.
7. Правила торгівлі на ринках (зі змінами і доповненнями). Затверджено наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України від 26.02.2002 р. – № 57.
8. Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі (зі змінами і доповненнями). Затверджено наказом МЗЕЗторгу України від 27.05.1996 р. – № 369 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 96-102.
9. Правила продажу товарів на замовлення та на дому у покупців. Затверджено наказом МЗЕЗторгу України від 29.03.1999р. – № 199 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 189-193.
10. Правила продажу товарів поштою. Затверджено наказом МЗЕЗторгу та Держкомзв'язку України від 17.12.1999 р. – № 153/48 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 176-183.
11. Правила торгівлі в розстрочку (зі змінами та доповненнями). Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 1.07.1998 р. – № 997 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 159-167.
12. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами (зі змінами та доповненнями). Затверджено наказом МЗЕЗторгу від 13.03.1995 р. – № 37 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 148-155.
13. Рекомендації з організації продажу товарів методом самообслуговування. Затверджено наказом Міністерства економіки від 20.07.2000 р. – № 153 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 199-213.
14. Рекомендації з організації продажу товарів за зразками. Затверджено наказом Міністерства економіки України від 20.07.2000 р. – № 152 / Правила торгівлі. – Харків: ООО «Конус», 2001. – С. 194-198.
15. Громова Т.М. Торговельні підприємства та їх роль у створенні конкурентного середовища. Інтелект XXI. 2018. № 4. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_4/9.pdf

16. Лупак, Р.Л., Качан, О.Є. Специфіка торгівлі як галузі національної економіки: функціональний, економічний та соціальний аспекти. Підприємництво і торгівля, 2023. №38, с.44-52. <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-06>

17. Мисака Г.В. Аналітичний інструментарій управління витратами обігу підприємств торгівлі в умовах невизначеності. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2021. № 1. С. 103-111.

18. Нормативно-правові акти у сфері торгівлі, робіт та послуг <https://www.cherkconsumer.gov.ua/hromadianam/upravlinnia-zakhystu-spozhyvachiv/novyny-upravlinnia-zakhystuspozhyvachiv/1261-normatyvno-pravovi-akty-u-sferi-torhivli-robit-ta-posluh>

19. Проскурніна Н. Розвиток роздрібної торгівлі в умовах динамічної природи змін. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Вип. 22. Ч. 3. С. 34-37.

20. Роздрібна торгівля учора і сьогодні URL: <http://workabox.ua/school/roznichnaya-torgovlya/#req>

21. Сатир Л.М., Кепко В.М., Непочатенко А.В. Організація підприємницької діяльності торговельного підприємства на основі удосконалення стратегічної політики розвитку. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 4 (115). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/4_2020/19.pdf

Навчальне видання

Автори:

СЕМИКІНА Марина Валентинівна
ЗАПІРЧЕНКО Людмила Дмитрівна
МАТІЄНКО Світлана Станіславівна
БУГАЄВА Марія Вікторівна
НІСФОЯН Сергій Сергійович
МЕЛЬНІК Марина Анатоліївна
СЕМИКІНА Анна Валеріївна

**ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ:
ПРАКТИКУМ**

Видання 2-ге, перероблене і доповнене

Навчальний посібник

*За науковою редакцією доктора економічних наук,
професора М.В. Семикіної*

Комп'ютерна верстка, технічний редактор – Онищук О.В.
Дизайн обкладинки – Чумаченко О.С.

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 17,5
Облік. видав. арк 15,8. Тираж 300. Зам. 12.

Видавець: ЦНТУ



Навчальний посібник містить методичні рекомендації, тести, приклади розв'язання типових задач з основних тем курсу «Економіка та організація торговельних підприємств».



Розкрито основні методичні підходи до аналізу та управління товарооборотом, товарними запасами, товарним забезпеченням, витратами, доходами, прибутком торговельного підприємства та ін.



Буде корисним для студентів економічних спеціальностей, викладачів, а також менеджерів та фахівців торговельних підприємств.

