

6. Веллхофф А. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями: [перев. изд.] / А. Веллхофф, Ж.Э. Массон. – М.: Издат. дом Гребенщикова, 2004. – 274 с.
7. Мельник І.М. Мерчандайзинг: навч. посібник. / І.М. Мельник, Ю.М. Хом'як. – К.: Знання, 2009. – 309 с.
8. SAP СНГ. Решения SAP для планирования ресурсов предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sap.com/cis/campaign/2010_01_CROSS_BI_ERP_GENERAL/index.epx>.

УДК 658.784:658.87

Олініченко К.С. (ХДУХТ, Харків)

ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто фактори, які впливають на формування товарних запасів, і виявлено основні напрямки їх використання на підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Ключові слова: *запаси, товарні запаси, товарна маса, товарні ресурси.*

Розмір товарних запасів, що знаходяться в торговому залі підприємства, повинен забезпечити представницьке викладення всього асортименту товарів, що є в наявності; свободу покупців у вивченні властивостей, характеристик товару та їх вибору, естетичний дизайн торгового залу та його привабливість для покупців. Чим більше площа торгового залу, тим більший обсяг товарних запасів має знаходитися безпосередньо в ньому. Істотний вплив створює і форма торговельного обслуговування. За умови самообслуговування і потреба в товарних запасах, що знаходяться в торговому залі, вище, ніж у разі обслуговування через прилавок.

Наявність у торговельного підприємства розвиненої складської мережі, оснащеної сучасним устаткуванням для зберігання товарів, має обмежувальний характер і визначає максимально можливий обсяг запасів товарів. Він визначає можливість підприємства акумулювати великий обсяг запасів, створювати широкий асортимент товарів, забезпечувати належні умови для збереження запасів та їх якості.

Усі ці обставини вимагають нових підходів до порядку формування товарних запасів торговельних підприємств.

Дослідженню питання формування товарних запасів у роздрібній торгівлі присвячено праці багатьох відомих вітчизняних і зарубіжних вчених: Н.О. Влазової, О.А. Круглової, Л.І. Безгінової, І.О. Бланка, В.Г. Бурмистровим, Л.О. Лігоненко, В.С. Марциною, Г.В. Савицькою, Д.Н. Ничипор, Н.М. Ушакової та ін. Проведене дослідження виявило недостатність розробленість.

Формування товарних запасів підприємства залежить від впливу численних факторів. Різноманітність останніх, різниця в характері, напрямках і формах її виявлення викликають необхідність їх систематизації. Актуальність сис-

тематизації пояснюється тим, що вона, по-перше, є методологічним інструментом для дослідження ефективності управління товарними запасами; по-друге, є методологічною основою для виявлення кількісних залежностей від факторів, що її формують, і побудови прогнозу розвитку; по-третє, урахування факторів необхідне за умови розроблення конкретних пропозицій стосовно напрямків підвищення ефективності управління товарними запасами. Актуальність викладеного вище визначили актуальність теми та основні напрями дослідження.

Метою статті є обґрунтування економічної сутності товарних запасів та їх місця в ефективності управління торговельним підприємством. Реалізація поставленої мети полягає у з'ясуванні порядку формування товарних запасів на торговельних підприємствах.

Формування товарних запасів торговельного підприємства виявляється у можливості використання різних способів їх фінансування шляхом [3-5]:

- оплати товарів власними коштами торговельного підприємства;
- отримання комерційного кредиту від постачальників (одержання товарів з відстрочкою в оплаті);
- прийому товарів під реалізацію або на комісію;
- отримання короткострокового банківського кредиту.

Можливості застосування кожного з наведених способів і співвідношення між ними безпосередньо залежать від фінансового стану торговельного підприємства, що визначається рівнем його платоспроможності та фінансової стійкості, ступенем довіри контрагентів до нього. Чим стійкіше фінансове становище підприємства, тим більші можливості щодо формування товарних запасів воно має.

Відповідно до основного правила фінансування товарні запаси як частина оборотних активів торговельного підприємства повинні формуватися, як правило, за рахунок власних і короткострокових позикових коштів (короткострокових кредитів банку і кредиторської заборгованості) [3; 5]. Тому важливим завданням фінансового менеджменту, що спрямоване на досягнення максимальних результатів господарської діяльності, є залучення та ефективне використання позикового капіталу, вкладеного в товарні запаси, оскільки його обсяги можуть значно перевищувати обсяги використання власних коштів у торгівлі.

Місцезнаходження торговельного підприємства як фактор його внутрішнього середовища визначає інтенсивність споживчих потоків у районі діяльності підприємства, а відповідно – розмір одноденного товарообороту та швидкість реалізації товарних запасів [1]. Чим привабливішим є місцезнаходження торговельного підприємства, тим вище швидкість реалізації товарних запасів і менша потреба в їх створенні.

Серед інших внутрішніх факторів впливу можна вказати на організацію збуту товарів, форми розрахунків, організацію документообігу тощо [1].

Відзначимо, що сукупний вплив зазначених внутрішніх факторів на обсяг, рівень та ефективність використання товарних запасів на підприємстві залежить не тільки від їх співвідношення, але й від компетенції та професіоналізму управлінського персоналу, стадії життєвого циклу, розміру підприємства тощо.

Зокрема, вплив стадій життєвого циклу на обсяг і рівень товарних запасів визначається можливостями та визначеними завданнями суб'єкта господарю-

вання на різних стадіях розвитку з приводу досягнення певного обсягу товарообороту [3; 4].

Важливе значення для правильного визначення потреби у створенні товарних запасів і оперативного регулювання їх розміру мають кваліфікація та компетентність кадрів і рівень управління торговельним процесом; стан роботи щодо вивчення попиту населення; організація оперативного і дієвого контролю за надходженням, реалізацією та залишками товарів, маневрування товарними ресурсами тощо [1]. Налагоджена робота в цьому напрямку сприяє мінімізації розміру запасів неходових, застарілих товарів, наднормативних запасів. Це дозволяє скоротити витрати підприємства щодо формування та зберігання товарних запасів, знизити товарні втрати та збільшити його дохід і прибуток.

Ефективне управління внутрішніми факторами без надання достатньої уваги до зміни зовнішніх може спричинити зменшення ефективності управління товарними запасами торговельного підприємства, що негативно впливає на обсяги його діяльності, доходи та прибуток.

Уявлення про значення зовнішнього оточення та необхідність врахування зовнішніх факторів стосовно організації з'явилося в управлінській теорії і практиці в кінці 50-х рр. і стало одним з найбільш важливих внесків системного підходу в науку управління, оскільки підкреслювало необхідність розглядати підприємство як цілісність, що складається з взаємопов'язаних частин, які мають зв'язки із зовнішнім світом. Ситуаційний підхід дозволив розширити теорію систем за рахунок розробки концепції, згідно з якою найбільш адекватний ситуації метод визначається конкретними внутрішніми і зовнішніми факторами, що характеризують організацію та впливають на неї відповідним чином.

У науковій літературі є багато точок зору щодо структури зовнішнього середовища. Відповідно до основних теоретичних положень усі зовнішні фактори в найбільш загальному вигляді поділяють на дві групи – фактори прямого і непрямого впливу на господарську діяльність суб'єктів [2], які характеризуються певною взаємозалежністю та ієрархічністю підпорядкування.

Торговельне підприємство як відкрита соціально-економічна система залежить від зовнішнього середовища стосовно поставок ресурсів, енергії, капіталу, кадрів, споживачів. Оскільки від керівництва залежить виживання організації, виникає потреба у виявленні істотних факторів в оточенні, які можуть вплинути або вже впливають на діяльність підприємства. Також потрібно пропонувати відповідні способи реагування на зовнішні впливи.

Середовище непрямого впливу містить фактори, які можуть не робити прямого негайного впливу на торговельне підприємство та ефективність формування і використання ним ресурсів. Такі фактори виникають і діють у загальному оточенні (макросередовищі) торговельного підприємства, відображають соціально-економічні відносини в суспільстві та визначають загальні умови здійснення господарської діяльності, впливають на фактори середовища прямого впливу та через них (непрямо, опосередковано) – на розвиток самого підприємства [2].

Таким чином, стан, розмір та ефективність використання товарних запасів торговельних підприємств певною мірою залежить від загального макросе-

редовища, вплив якого реалізується шляхом складної взаємодії низки таких глобальних факторів рівноваги ринку, як: домірність попиту, пропозиції, цінових очікувань, ціни. Середовище непрямого впливу на діяльність підприємства є більш складним, ніж середовище прямого впливу. Керівництво під час прогнозування можливих наслідків для підприємства часто змушене спиратися на припущення про нього та його стан, ґрунтуючись на неповній інформації.

Непрямий вплив на стан, розмір і швидкість обороту товарних запасів торговельного підприємства робить фаза економічного циклу, в якій перебуває економіка країни [3]. Цей вплив пояснюється відставанням у кризовий період темпів реалізації продукції від темпів її виробництва одночасно зі зниженням самого виробництва. Такі тенденції, у свою чергу, призводять до зменшення інвестицій у товарні запаси, а відповідно і до зниження обсягів реалізації, зменшення доходів, прибутків і рентабельності торговельних підприємств.

В умовах інфляції одним із спонукальних мотивів створення запасів є захист обігових коштів підприємства від інфляційного знецінення. Чим вище темпи інфляції, тим більше зацікавленість торговельних підприємств в максимальному підвищенні розміру запасів із метою захисту грошей від інфляції та отримання додаткового доходу від випереджального зростання цін на окремі товари порівняно із загальним темпом інфляції.

Також на розмір і швидкість обороту товарних запасів торговельного підприємства впливає стан світової економіки, податкова та кредитна політика держави, ступінь розвитку фінансового ринку, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, динаміка банківського відсотка, рівень інфляції, стан фондового ринку тощо [1].

Політичні фактори макросередовища визначаються цілями розвитку суспільства, політичної системи, спроможністю уряду впроваджувати свої програми в життя тощо. Правові фактори визначають порядок створення та функціонування підприємств торгівлі, формують їх права, обов'язки, відповідальність, окреслюють їх відносини з суспільством і державою, умови реалізації певних товарів тощо.

Дія соціальних факторів формується під впливом звичок, традицій, освітнього рівня населення країни в цілому і регіону розташування підприємства зокрема та визначає рівень і якість виробництва, обслуговування і споживання.

Технологічні фактори визначаються дією науково-технічного прогресу в галузі виробництва продукції, появи нововведень і їх впровадження у виробництво, реалізацію та споживання.

На думку деяких дослідників, фактори прямого впливу виникають і діють в оперативному середовищі, або мікросередовищі. Вони можуть регулюватися підприємством більшою мірою, а ступінь їх впливу залежить від стабільності його становища на ринку. До мікросередовища відносять ту частину зовнішнього середовища торговельного підприємства, з якою воно безпосередньо взаємодіє та яка визначає місцезнаходження підприємства на ринку серед конкурентів і формує його конкурентні позиції [2; 3].

Для торговельних підприємств через мінливість попиту на товари та послуги вплив сезонності є характерним, а залежність розміру товарних запасів

від таких факторів мікросередовища, як кон'юнктура та місткість споживчого ринку вимагає здійснення ефективної маркетингової діяльності [1].

Вплив на розмір товарних запасів ринкової кон'юнктури, тобто співвідношення між попитом і пропозицією, можна пояснити таким чином. В умовах, коли попит населення на окремі товари перевищує його пропозицію, товарооборот здійснюється з найменшими запасами. У міру збільшення пропозиції товарів і насичення ринку спостерігається деяке уповільнення швидкості обігу товарів.

Прямо впливає на стан досліджуваної категорії рівномірність і стійкість споживання окремих товарів. Чим більш стабільним і стійким є попит споживачів на окремі товари, тим менше потреба в створенні товарних запасів на випадок непередбачених коливань попиту. Великий розмір коливань обсягів реалізації свідчить про імпульсивне, ажіотажне споживання або періодичний попит, вимагає досить великих товарних запасів для продовження нормальної реалізації товарів і в критичні періоди підвищеного попиту.

Отже, стабільне отримання доходу і прибутку в необхідному для розвитку торговельного підприємства розмірі значною мірою залежить від того, як воно досліджує споживчий попит та які товари пропонують виробники або постачальники. За сучасних умов від торговельних підприємств вимагають високої гнучкості і оперативності в управлінні товарними запасами, маневреності грошових і товарних ресурсів, швидкого реагування на запити споживачів, що постійно підвищуються та змінюються.

Специфічним фактором, який пов'язаний з виконанням торговельним підприємством функції обміну та впливає на розмір і ефективність використання їх товарних запасів, є зв'язок торгівлі з грошовим обігом. Потреба в поповненні платіжних коштів у торговельних підприємств виникає практично щоденно внаслідок високої швидкості обігу товарних запасів. Забезпечення такої потреби здійснюється шляхом кредитування, що пов'язано із використанням зовнішніх джерел для фінансування їх розвитку.

Особливу важливість за сучасних умов економічного розвитку має врахування стану конкуренції на ринку товарних ресурсів. Чим вище ступінь конкуренції, тим більшу свободу у виборі постачальників і поліпшення умов поставки має підприємство.

Істотно впливають на розмір товарних запасів торговельного підприємства сумлінність постачальників з питань виконання договорів поставки товарних ресурсів, стан дисципліни поставок, узгодження умов поставки, тобто періодичність, обсяги партій поставки, оновлюваність асортименту, можливість повернення недоброякісних або нереалізованих товарів.

Загальний менталітет постачальників, їх обов'язковість і сумлінність щодо виконання договорів визначає потребу торговельного підприємства у створенні страхових товарних запасів. Чим сумліннішими є постачальники підприємства, тим більш ритмічно і безперервно організовано їх власне виробництво, тим нижча ймовірність невиконання графіка заведення товарів, а відповідно і потреба конкретного торговельного підприємства у створенні товарних запасів.

Мінімізація розміру товарних запасів характерна для підприємств фірмової торгівлі та торговельних підприємств, які входять до складу об'єднань з влас-

ним розподільним центром. Передумовою цього є тривалі зв'язки з постачальниками, їх висока надійність, гарантованість своєчасної поставки товарів.

Узагальнення факторів мікросередовища дозволяє нам виокремити в їх сукупності три основні групи: фактори галузевих умов функціонування торговельного підприємства; фактори, що характеризують стан конкурентного середовища в галузі; фактори, що визначають характер конкуренції між підприємствами галузі на певному сегменті ринку.

Галузеві умови функціонування торговельного підприємства характеризуються такими факторами, як: інтенсивність конкуренції, структура і кількість покупців, розмір інвестицій у галузь, середньогалузевий рівень рентабельності діяльності, структура витрат обігу, розмір і темпи зростання ринку, кількість працівників тощо.

Урахування характеру конкуренції між торговельними підприємствами на певному сегменті ринку спрямоване на забезпечення переваг над конкурентами та пов'язане з фінансовим результатом діяльності. Ця група факторів мікросередовища включає: цілі конкурентів, їх товарну та цінову політику, організацію збуту, прийоми стимулювання реалізації продукції, фінансовий стан і потенціал конкурентів.

Системний підхід до класифікації факторів, що визначають розмір та ефективність використання товарних запасів торговельного підприємства, і вивчення масштабів впливу зовнішніх факторів дає можливість визначити оптимальні межі регулювання його діяльності та ефективного управління товарними запасами.

Узагальнений склад зовнішніх і внутрішніх факторів та ринкові механізми управління цим процесом, подано на рисунку 1.

Розподіл факторів на основні та другорядні дозволяють визначити ступінь їх впливу на розмір і рівень товарних запасів. Залежно від обставин один і той же фактор може бути як основним, так і другорядним.

До основних можна віднести, наприклад, обсяг товарообороту підприємства, його спеціалізацію, кон'юнктуру споживчого ринку тощо.

До другорядних чинників належать ті, що не роблять вирішального впливу за певних умов (наприклад, ставка рефінансування національного банку, стан світової економіки).

Наступна ознака передбачає поділ факторів на об'єктивні та суб'єктивні пов'язаний із необхідністю точної оцінки управління товарними запасами торговельного підприємства.

Об'єктивні фактори не залежать від суб'єкта управління (рівень інфляції, розвиток кредитних відносин у державі, стадія життєвого циклу економіки).

Суб'єктивні причини, навпаки, обумовлені діями конкретних людей, підприємств і установ, що спричиняють зміни розміру та ефективності використання товарних запасів підприємства (наприклад, кваліфікація та компетенція працівників, ставлення постачальників до підприємства).

Поділ факторів на загальні та специфічні дозволяє більш повно врахувати особливості окремих підприємств і галузеву специфіку їх діяльності, що впливає на управління їх товарними запасами.



Рисунок 1 – Системна модель впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства торгівлі на управління товарними запасами

Загальні фактори діють в усіх галузях економіки та становлять більшу частину факторів макросередовища, а специфічні – діють переважно в галузі торгівлі (спеціалізація, місцезнаходження підприємства, зв'язок торгівлі з грошовим обігом).

Більшість факторів складається з декількох елементів. Але є і такі, які не піддаються розчленуванню на складові. Таким чином, за структурою фактори поділяються на елементні (прості) та комплексні (складні). До простих факторів можна віднести період відстрочки платежу за товари, що надійшли від поставальника, залишки товарних запасів на початок і кінець періоду. Складними факторами є умови товаропостачання, фінансовий стан торговельного підприємства.

За способом дії на ефективність використання товарних запасів торговельного підприємства фактори поділяють на ті, що безпосередньо впливають на результативний показник, і фактори, що роблять непрямий вплив. Залежно від цього виокремлюють фактори першого, другого, третього та наступних рівнів

підпорядкування. Що стосується впливу на ефективність управління товарними запасами, то виділяють фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, у складі зовнішніх – фактори макро- і мікросередовища, а далі – фактори субрівнів.

Торговельне підприємство, як і будь-яка відкрита економічна система характеризується високою складністю, ієрархічністю процесів, тому визначення впливу окремих факторів є складним і проблематичним. Урахування визначених факторів потребує системного, комплексного підходу до управління товарними запасами на торговельних підприємствах.

Список літератури

1. Факторы, определяющие размер и скорость оборота товарных запасов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://arhitrade.com/education.php?Id=37>>.
2. Беляєва М.В. Класифікація факторів зовнішнього впливу на діяльність підприємств торгівлі / М.В. Беляєва // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2009. – Вип. 247, т. 4. – С. 942-947.
3. Гайдар С.М. Оцінка фінансової стійкості підприємств роздрібно торгівлі: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / С.М. Гайдар. – Х., 2009.
4. Власова Н.О. Формування оптимальної структури капіталу на підприємствах роздрібно торгівлі: монографія / Н.О. Власова, Л.І. Безгінова. – Х.: ХДУХТ, 2006. – 160 с.
5. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – 2-е изд. – К.: Укр.-фин. ин-т менеджмента и бизнеса, 2004. – 420 с.

УДК 338.48

Работкіна С.В., канд. філос. наук (ПУМІ, Севастополь)

РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті розглянуто докризовий та сучасний стан ринку готельних послуг в Україні, проаналізовано основні проблеми його функціонування та фактори, які можуть створити сприятливі умови для його розвитку.

Ключові слова: *готельна послуга, ринок готельних послуг, готельний оператор, девелопмент.*

Актуальність проблеми обумовлена тим, що в сучасному світі індустрія гостинності є дуже прибутковою складовою національної економіки, дохід від якої складає приблизно 60% від доходу туристичної галузі взагалі. У свою чергу, подальшому соціально-економічному розквіту України може сприяти динамічний розвиток готельного господарства й удосконалення надання готельних послуг.

Світовий досвід дозволив сформувати певну картину теоретичних аспектів готельного сервісу, закономірностей розвитку ринку готельних послуг, які висвітлені у працях зарубіжних вчених Дж. Боуена, Ф. Котлера, Дж. Мейкенза,