

ЗНАЧЕННЯ АНАЛІЗУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРАМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Стаття присвячена дослідженню значення аналізу у системі управління товарами на підприємствах роздрібною торгівлі.

Статья посвящена исследованию значения анализа в системе управления товарами на предприятиях розничной торговли.

The article is sanctified to research of value of analysis in control system by commodities on the enterprises of retail business.

Ключові слова: аналіз, система управління, товар, роздрібна торгівля.

У сучасних умовах господарювання аналіз стає невід'ємною складовою в процесі управління на підприємствах торгівлі. Його результати дають можливість впливати на ефективну організацію процесів надходження, зберігання, реалізації товарів, зменшення витрат при здійсненні руху товарів, прогнозування попиту на товари, а також визначають хід виконання планів господарської діяльності.

Питання щодо аналізу в системі управління товарами неодноразово висвітлювались в роботах вітчизняних та іноземних вчених, а саме І.О.Бланка, Н.М.Гуляєвої, О.А.Круглової, Л.О.Лігоненко, А.А.Мазаракі, Н.М.Ушакової, М.І.Баканова, М.М.Дарбіняна та ін. Проте необхідно відмітити недостатність наукових праць, в яких би розглядалось значення управління товарами на підприємствах роздрібною торгівлі. Тому дане питання є актуальним і потребує подальшого дослідження.

Метою статті є дослідження ролі аналізу в системі управління товарами, розкриття значення використання аналізу на підприємствах роздрібною торгівлі та пошук шляхів удосконалення системи управління торговельного підприємства.

Найбільш важливою сферою, яка забезпечує населення матеріальними благами, є роздрібна торгівля. Саме вона становить останній етап процесу товарно-грошового обміну та доводить товари і послуги до їх кінцевих споживачів.

Дослідження показують, що значна частина підприємств роздрібною торгівлі після нетривалого періоду своєї діяльності стають збитковими або банкрутами. Причиною збиткової діяльності є неоперативні процеси управління товарними потоками, відсутність системного аналізу товарних потоків, створення неходових товарів, які не користуються попитом населення в регіоні діяльності торговельного підприємства.

Аналіз є однією з важливих функцій управління діяльністю торговельних підприємств, який охоплює всі її аспекти і виявляє вплив умов, в яких ця діяльність здійснюється, на її результати. Він займає проміжне місце між збором, обробкою економічної інформації і прийняттям управлінських рішень. Саме завдяки високому рівню аналітичної роботи можна точно визначити необхідні умови, особливості, проблеми та перспективи розвитку підприємств торгівлі.

До основних завдань аналізу управління товарами підприємств роздрібною

торгівлі належать: вивчення стану розвитку економіки регіону, виявлення наявних тенденцій та закономірностей; вивчення місткості ринку, закономірностей збуту товарів, відповідності асортименту товарів споживчому попиту; прогнозування споживчого попиту; визначення тенденцій руху товарів на основі аналізу динаміки їх обсягу, структури і складу; прогнозування обсягу реалізації товарів в цілому та за товарними групами тощо.

Постійно контролюючи запас товарів на складі, можна уникнути зниження оборотів магазину роздрібною торгівлі (особливо якщо йдеться про відсутність «ходових» товарів), зменшення кількості покупців і, як наслідок, виручки.

Для торговельного підприємства дуже важливо володіти інформацією для прогнозування рівня товарів, оскільки зростання обсягів товарів призводить до збільшення витрат на їх зберігання [3].

У сучасних умовах реалізація товарів, за винятком тих, відносно яких впроваджене державне регулювання цін, здійснюється торговельними підприємствами за вільними цінами. Розмір націнок кожне підприємство визначає самостійно, враховуючи стан споживчого ринку та свою цінову політику [2]. Рівень торговельних націнок на товари залежить від ціни пропозиції виробників і гуртових посередників і ціни, за яких існуватиме попит кінцевих покупців на товари. Тому завжди потрібно здійснювати аналіз цих показників.

Аналіз управління реалізацією товарів відбувається за рахунок виконання відповідних аналітичних процедур і розроблення логічно обґрунтованих алгоритмів розрахунку аналітичних показників, на основі яких узагальнюються і оцінюються результати діяльності та приймаються управлінські рішення щодо подальшого розвитку підприємства торгівлі.

Кількісна і якісна оцінка товарів, які переходять із сфери виробництва у сферу споживання, знаходить своє відображення у показниках товарообороту.

Аналіз роздрібного товарообороту є передумовою його прогнозування на майбутній період, визначення рентабельності підприємства та його фінансового стану. Від повноти і глибини аналізу, від правильності зроблених висновків про діяльність підприємства залежить точність, економічне обґрунтування прогнозних розрахунків. Необхідність всебічного аналізу роздрібного товарообороту обумовлена тим, що він є одним з основних показників діяльності торговельних підприємств і характеризує обсяг їх діяльності. Обсяг реалізації товарів впливає майже на всі кількісні й якісні показники діяльності підприємств торгівлі. Так, збільшення обсягу роздрібного товарообороту сприяє зниженню рівня витрат, зростанню прибутку, стійкості фінансового стану торговельного підприємства.

Необхідною умовою аналізу товарообороту є зіставленість показників. Використання в аналізі товарообороту зіставлених вартісних показників має найбільше значення для роздрібною торгівлі.

Аналіз роздрібного товарообороту здійснюється в кілька етапів. На першому етапі здійснюється аналіз прогнозованих показників обсягу товарообороту за рік, потім необхідно розглянути їх виконання за більш короткі проміжки часу: за квартал, місяць, декаду. Це дає можливість розрахувати ритмічність виконання обсягу реалізації. Якщо реалізація товарів упродовж періоду здійснювалась

нерівномірно (за обсягом), це може негативно відобразитись на діяльності торговельного підприємства, оскільки створює нерівномірне навантаження на продавців, стає причиною втрати кількості покупців, які будуть користуватись послугами інших торговельних підприємств.

На другому етапі здійснюється аналіз складу і структури товарів підприємств роздрібної торгівлі [1, с. 254].

Під час аналізу загального обсягу товарообороту слід перевірити організацію реалізації товарів у кредит, виявити закономірність її зміни, визначити питому вагу реалізованих у кредит товарів у загальній реалізації непродовольчих товарів, оцінити реалізацію товарів у кредит за асортиментом.

Дуже важливо під час аналізу оцінити ефективність нових форм і методів торгівлі. Для цього потрібно порівняти показники до переведення на нову форму торгівлі та після переведення. Аналіз роздрібного товарообороту за організаційними формами продажу передбачає вивчення питомої ваги магазинів, палаток і пересувних засобів торгівлі у загальному товарообороті, а за формами обслуговування – за попередніми замовленнями, за зразками (каталогами), за доставкою товарів додому покупцям, через автомати, шляхом самообслуговування, традиційними способами.

Під час аналізу структури товарообороту необхідно обчислити питому вагу реалізації окремих товарів у загальному товарообороті за рік, квартал, потім визначити відхилення, оцінити динаміку реалізації окремих товарів за кілька років. Значний інтерес являє порівняння окремих продовольчих і непродовольчих товарів на душу населення із встановленими нормами споживання цих товарів.

Особливу увагу слід приділити такому фактору, як уцінка товарів, яка включається до іншого вибуття товарів (поряд з їх нестачею). Її наявність часто свідчить про те, що на торговельному підприємстві знаходяться товари, що не повністю відповідають споживчому попиту. Однак своєчасно проведена уцінка товарів, які частково втратили свої споживчі властивості, може деякою мірою активізувати торговельний процес у даному звітному періоді.

Аналіз надходження товарів здійснюється за джерелами надходження: від промисловості, оптової торгівлі, імпорту та ін. Питома вага надходження товарів з різних джерел пов'язана із спеціалізацією роздрібного торговельного підприємства. Під час аналізу детально вивчаються відносини з окремими постачальниками. Вивчаються пред'явлені претензії до постачальників за неякісні поставки і за порушення строків постачання.

Останнім часом на підприємствах роздрібної торгівлі дедалі більшого значення набуває щоденний (щозмінний), або, як його ще називають, оперативний аналіз. Його результати одразу ж після робочого дня (зміни) дають можливість щодня впливати на хід виконання планів господарської діяльності щодо реалізації товарів. Особливістю щоденного аналізу є те, що його проводять лише за основними (як правило, широкими) показниками, що мають найбільше значення в конкретних умовах роботи підприємств. Так, об'єктами оперативного аналізу можуть бути показники якості продукції, ритмічності виробництва, відвантаження і реалізації товарів. Його результати допомагають керівництву підприємств і

об'єднань вчасно вживати відповідних заходів, спрямованих на ліквідацію відхилень у рівні виконання прогнозних завдань [4].

Отже, можна зробити висновок, що аналіз – це діяльність, яка перш за все зорієнтована на перспективу. У цьому зацікавлені і споживач, і виробник. Аналіз має за мету виявити можливості вдосконалення управління, економії витрат на управління управлінського апарату, а головне – підвищення на цій основі ефективності роботи управлінської системи [4].

Удосконалення системи управління підприємством можна звести до вживання нових методів розв'язування управлінських завдань, перерозподілу функцій і завдань у керуючій системі, створення інформаційної системи (дозволить підвищити ефективність управлінської діяльності).

Доцільно було б розробити систему розрахунку оптимальної кількості товарів на полицях магазину залежно від їх внеску в прибуток та коливань попиту.

Отже, аналіз в управлінні товарами відіграє важливу роль на підприємстві, оскільки дозволяє керівництву приймати якісні управлінські рішення щодо стратегії розвитку підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Барабаш Н.С. Аналіз господарської діяльності: [навч. посіб.] / Н.С. Барабаш [за заг. ред. Є.В. Мниха]. – К.: КНТЕУ, 2005. – 395 с.
2. Гринів Б.В. Методичні аспекти аналізу валового доходу торговельного підприємства / Б.В. Гринів, В.Б. Гринів / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2009_647/55.pdf
3. Гудима О.В. Шляхи вдосконалення обліку й аналізу товарних операцій / О.В. Гудима / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2011_4/files/EC411_16.pdf
4. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання / П.Я. Попович / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <ftp://lib.sumdu.edu.ua/ebooks/Ekon/48.pdf>