

Бюджет витрат праці по залу та бару матиме певні особливості під час складання, оскільки варто врахувати особливості нарахування заробітної плати офіціантам та барменам.

**Висновки.** Підсумовуючи вищевикладене, відзначимо, що в ході дослідження обґрунтовано розуміння бюджетування як технології управління, для якої характерні такі основні ознаки: в процесі складання бюджетів обробляється значний масив інформації; в результати аналізу наявної інформації приймаються рішення, які подають у формі планових бюджетних показників; виконання бюджетів передбачає реалізацію попередньо прийнятих управлінських рішень; бюджетування передбачає фіксацію планових та звітних бюджетних показників. Розроблено модель бюджетування витрат операційної діяльності для підприємств ресторанного господарства, для ефективного управління фінансовими ресурсами та можливістю складання бюджетів фінансових результатів.

#### *Список літератури*

1. Гриценко О. М. Бюджетування – основний інструмент управління фінансами підприємств в ринкових умовах господарювання / О. М. Гриценко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2006. – Т. 2, № 6. – С. 82–85.
2. Ковтун С. Бюджетування на сучасному підприємстві, або як ефективно управляти фінансами / С. Ковтун. – Х. : Фактор, 2005. – 340 с.
3. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій : монографія / Г. О. Партин. – К. : УБС НБУ, 2008. – 219 с.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.

© І.С. Андрющенко, 2012.

УДК 658.784:658.87

**К.С. Олініченко**

### **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНМИ ЗАПАСАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

*Розглянуто чинники, які впливають на ефективність управління товарними запасами, та виявлено основні напрями їх використання на підприємствах роздрібно́ї торгівлі.*

*Рассмотрены факторы, которые влияют на эффективность управления товарными запасами, и установлены основные направления их применения на предприятиях розничной торговли.*

*Factors which affect efficiency of commodity inventory control and basic directions of their use are exposed on the enterprises of retail business are considered.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Розвиток ринкових відносин в Україну виявив останніми роками тенденцію посилення конкурентної боротьби у сфері торгівлі, скорочення норми прибутку від торговельних операцій і, як наслідок, зниження темпів розвитку ринку в цілому. Сформована ситуація зробила для керівників багатьох торговельних організацій життєво необхідне почати пошук прихованих резервів, що дозволяють знижувати фінансове навантаження на ресурси організації і збільшувати рентабельність торговельної діяльності. Одним із таких резервів виступає ефективне управління товарними запасами, які одночасно виступають як чинник ефективного функціонування, так і елемент мобілізації фінансових ресурсів.

Тому питання управління товарними запасами, засновані на науковому підході, набувають важливого значення. Ефективне управління товарними запасами потребує врахування впливу середовища функціонування торговельного підприємства, що визначається низкою різноманітних чинників. З огляду на зазначене, постає проблема визначення комплексної сукупності чинників впливу на управління товарними запасами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання ефективного управління запасами підприємства в цілому досліджувалися в працях таких науковців, як І. Білик, М. Василевський, Л.А. Гончар, О. Дейнега, С. Леонова, О. Мних, О.В. Мороз, С. Нікшич, Н. Савіна, Л.І. Третьякова, В.А. Тупчий, Л. Юрченко, О.Р. Яремко та ін. Дослідженню управління товарними запасами безпосередньо в роздрібній торгівлі присвячено праці наступних вітчизняних та закордонних учених: І.О. Бланка, Г. Бурмістрова, Н.О. Власової, О.А. Круглової, Л.О. Лігоненко, В.С. Марцина, Д.Н. Ничипора, М.А. Окландера, Г.В. Савицької, Н.М. Ушакової та ін.

Незважаючи на все різноманіття представлених методів у торгових організаціях для вирішення управлінських завдань і раніше при прийнятті управлінських рішень покладаються, в основному, на досвід, не звертаючи уваги на теоретичні напрацювання. Здебіль-

шого це пояснюється тим, що під час застосування існуючих класичних методів управління запасами розглядаються ідеальні зовнішні умови, що зменшує ступінь застосовності цих методів у реальних ситуаціях. Тому логічним є висновок про необхідність проведення подальших досліджень систем і моделей управління запасами для підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства. Особливої актуальності в рамках питання управління товарними запасами набуває систематизація чинників впливу. Важливість наведених проблем, а також необхідність удосконалення методів прогнозування попиту і управління товарними запасами обумовлюють актуальність обраної теми з практичної і наукової точок зору.

Чинники, що впливають на ефективність управління товарних запасів підприємства торгівлі, мають тісний діалектичний взаємозв'язок. Різноманіття чинників зумовлює необхідність їх систематизації, актуальність якої 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 чинників, що її формують, і побудови прогнозу розвитку; по-третє, урахування чинників необхідне під час розроблення конкретних пропозицій стосовно напрямів підвищення ефективності управління товарними запасами.

Марцин В.С. виокремив чинники впливу на розмір і швидкість товарообороту запасів, також поділивши їх на зовнішні (співвідношення попиту і пропозиції, ритмічність і стійкість споживання деяких товарів, ритмічність виробництва окремих товарів) та внутрішні (розташування підприємства, спеціалізація підприємства, обсяг та структура товарообороту, площа торговельного приміщення, форма обслуговування покупців, організація завезення товарів та їх частка, організування комерційної роботи, стан складського господарства, стан фінансового забезпечення підприємства тощо) [1]. Серед виділених чинників на управління товарними запасами впливають наступні: попит та пропозиція, виробництво, спеціалізація діяльності, стан складського господарства та фінансового забезпечення.

На думку Окландера М.А., основними чинниками, що впливають на політику формування товарних запасів, є: характеристика товарного асортименту, кількість покупців, робота транспорту, стан виробництва, дії конкурентів [2].

Колектив вітчизняних вчених виокремлює чинники, що мотивують нагромадження запасів, до яких відносять: економію під час

закупівлі і виробництва, економію під час транспортування, страхування відхилень від плану (прогнозу), спекулятивні причини, сезонні пропозиції та попит, підтримування закупівлі і виробництва [3]. Перелічені чинники впливають на формування товарних запасів та є стимулами їх створення, впливаючи під час планування запасів. Проте ці чинники стосуються власне всієї сукупності запасів підприємства та не відображають весь вплив на управління товарними запасами.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати про відсутність розробленого комплексного переліку чинників впливу на процес управління товарними запасами торговельного підприємства. Найвність переліку основних чинників суттєво підвищило би ефективність управління товарними запасами, а саме сприяло визначенню оптимального рівня товарних запасів на торговельному підприємстві, зниженню витрат управління ними тощо.

**Мета та завдання статті.** Метою статті є систематизація чинників впливу на ефективність управління товарними запасами торговельного підприємства. Реалізація поставленої мети полягає в детальному дослідженні змісту конкретних чинників та виявленні характеру їх впливу на величину, утворення і використання товарних запасів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Дослідження спеціалізованої економічної літератури дозволяє виділити три напрями впливу чинників на товарні запаси, а саме: на їх величину, утворення; ефективність їх використання (товарооборотність).

Звичайно, серед чинників впливу на величину товарних запасів виділяють наступні: коливання попиту, розвиток роздрібного товарообороту, частоту і організацію завезення товарів у підприємство торгівлі, стан матеріально-технічної бази торгівлі та основних засобів торговельного підприємства тощо.

Розглядаючи чинники, які визначають величину та ефективність використання товарних запасів, В.Г. Бурмістров додає до перелічених вище споживчі та фізико-хімічні властивості товарів [4]. На оборотність товарів також впливає низка інших чинників, серед яких: насиченість товарних ринків, кількість ланок товароруху, обсяги імпорту, розподіл запасів товарів між оптовими і роздрібними ланками торгівлі, рівень цін на конкретні товари, організація реклами і продажу товарів, організація праці, кваліфікація кадрів і рівень керівництва торговельним процесом тощо. Одні з перелічених чинників прискорюють оборотність, що сприяє зменшенню товарних запасів, інші уповільнюють швидкість товарного обігу, збільшуючи розмір товарних запасів [5].

Правильна їх оцінка торговельним підприємством дозволяє визначити резерви прискорення оборотності товарів, зниження витрат на утворення і зберігання товарних запасів [6].

Серед чинників, що впливають на утворення товарних запасів, у спеціалізованій літературі розглядаються час, необхідний для транспортування товарів від місця виробництва до місця продажу, включаючи час на навантаження-розвантаження; сезонні коливання у виробництві та споживанні товарів; невідповідність між виробничим і торговельним асортиментом товарів, що викликає необхідність виконання виробничих операцій у сфері обігу (підсортування, пакування, підробка); особливості територіального розміщення виробництва; умови транспортування товарів, відстань між постачальником і торговельним підприємством; кількість ланок товароруку; можливості зберігання товару тощо [7].

За результатами проведеного дослідження з'ясовано, що виявлені чинники впливають одночасно як на розмір товарних запасів, так і формуються умови їх утворення і використання в торговельному підприємстві. Це дозволяє твердити про необхідність узагальнення даних чинників впливу з позиції управління товарними запасами торговельного підприємства.

Оскільки товарні запаси є невід'ємним елементом торговельного підприємства, доцільно, виділяючи чинники впливу на їх управління, враховувати чинники впливу саме на підприємство, яке власне формує і використовує ці запаси. Так, чинники впливу на підприємство класифікують за рівнем (макро- і мікроекономічні) та середовищем впливу (внутрішнього і зовнішнього середовища). Макро- та мікроекономічні чинники впливають на торговельне підприємство на рівні держави, галузей економіки та підприємств відповідно. Чинниками внутрішнього середовища впливу на підприємство торгівлі є: цілі, структура, технологія, завдання, працівники, ресурси. У складі чинників зовнішнього середовища виділяють чинники прямого та непрямого впливу. Чинниками зовнішнього середовища прямого впливу виступають: споживачи, постачальники, конкуренти, державні органи влади, інфраструктура, громадські організації тощо, а чинниками зовнішнього середовища непрямого впливу – міжнародне оточення, науково-технічний прогрес, політичні, соціально-культурні обставини, рівень техніки та технології, особливості міжнародних економічних відносин, стан економіки [8].

Важливість такого розподілу для управління товарними запасами підтверджується тим, що системний підхід дозволяє передбачити у відповідь на кожен зовнішній вплив на систему деяку внутрішню зміну, що забезпечує загальний баланс середовища.

Розглядаючи внутрішні чинники, підкреслимо, що вони безпосередньо залежать від діяльності торговельного підприємства, визначаються стратегією і тактикою цієї діяльності та підлягають безпосередньому управлінню з боку самого підприємства.

Як відомо, роздрібна торгівля виконує низку функцій: реалізація товарів (у тому числі реалізація споживчої вартості та реалізація вартості товару), вивчення купівельного попиту на товари, формування асортименту, реклама товарів і послуг, надання допомоги покупцям у виборі товарів, розміщення та викладка їх у торговому залі, надання додаткових сервісних послуг із постачання товарів додому покупцю, прийом замовлень на товари, які відсутні в продажу та ін. Успішне виконання перелічених функцій є результатом ефективного управління формуванням і використанням товарних запасів. Підсумком впливу внутрішніх чинників на даний процес є стан товарних запасів, їх величина та оборотність.

Детально розглянемо найбільш важливі чинники внутрішнього середовища, які визначають розмір товарних запасів підприємства торгівлі, процеси їх утворення та використання, серед яких: обсяг та структура товарообороту; складність асортименту; фізико-хімічні властивості товарів; умови товаропостачання підприємства торгівлі, регулярність і частота завезення товарів; стан матеріально-технічної бази торговельного підприємства; якість торговельної роботи на підприємстві тощо.

Обсяг товарообороту торговельного підприємства безпосередньо впливає, за інших рівних умов, на розмір його товарних запасів [7]. Так, великий обсяг товарообороту вимагає відповідного розміру товарних запасів, що забезпечують реальну можливість безперебійної торгівлі споживчими товарами.

З іншого боку, відносно велике за розміром товарообороту підприємство, як правило, здійснює торговельну діяльність із меншим рівнем товарних запасів [6]. Це обумовлено тим, що воно має можливість частіше робити завезення товарів, минаючи оптову ланку. Велике торговельне підприємство, особливо те, що має досвід роботи на відповідному сегменті ринку, є більш привабливим для постачальників і посередників, що, у свою чергу, визначає кращі

можливості врегулювання умов постачання, що також має вплив на розмір товарних запасів. Зміна роздрібного товарообороту об'єктивно викликає відповідну зміну товарних запасів. У разі збільшення обсягу роздрібного товарообороту товарні запаси звичайно зменшуються.

Величину товарних запасів визначає також ширина і оновлюваність асортименту товарів, які реалізуються торговельним підприємством. Так, чим ширше асортимент товарів, тим більше потрібно товарних запасів для забезпечення покупцям можливості обрати потрібний товар, тому що запаси створюються за кожним видом товарів.

Вплив структури товарообороту також проявляється у складності асортименту товарів, тобто наявності одного й того ж виду товару, але різного за розміром, артикулами, фасонами, моделями, кольором, зростом тощо. Види товарів, які класифікуються на різновиди більше, ніж за трьома ознаками, у сукупності складають так званий складний асортимент товарів. Такого роду товари є предметами періодичного попиту. Більша їх питома вага в товарообороті підприємства визначає більший розмір товарних запасів, оскільки об'єктивно виникає постійна необхідність у товарах за різними ознаками [6; 7]. Крім того, товари складного асортименту потребують проведення регулярних операцій із підсортування і підготовки до продажу, які вимагають певного часу і, відповідно, створення додаткових запасів.

Продовжуючи розгляд внутрішніх чинників, відзначимо, що час зберігання окремих товарів суттєво відрізняється і визначається їх фізико-хімічними властивостями. Залежно від якості та особливостей вживання товари мають різний час обігу. Це залежить від властивостей деяких предметів споживання, кількості різновидів, що входять у товарну групу, особливостей прийому та комплектування продукції. Зокрема, термін зберігання товарів, що швидко псуються, обмежений кількома годинами. Відповідно, за такими товарами не можна створювати великі запаси через імовірність виникнення їх втрат у натуральному та грошовому вираженні. За товарами, які псуються не швидко, величина товарних запасів має бути більшою. Найвищі товарні запаси створюються торговельним підприємством за непродовольчими товарами складного асортименту і тривалого користування.

Таким чином, збільшення в роздрібному товарообігу частки непродовольчих товарів, товарів складного асортименту є чинником зростання загального рівня товарних запасів. У той же час, збільшення питомої ваги продовольчих товарів, особливо стійкого попиту, є чинником зниження розміру товарних запасів.

Нерегулярне постачання товарів, перебої у їх завезенні призводять до збільшення величини товарних запасів, тому, що викликають необхідність створення додаткової (гарантійної) їх частини. Частота завезення товарів на підприємство за інших рівних умов має зворотний вплив на величину товарних запасів. Тобто, чим частіше в торгівлю завозяться товари, тим менше розмір товарних запасів і навпаки. Для продуктів, наприклад, що швидко псуються характерною є висока частота завозу.

Відзначимо, що частота завозу залежить від місцезнаходження роздрібних і оптових організацій, розміщення їх основних постачальників, транспортних умов. Чим ближче розташовані торговельні підприємства до виробників або постачальників товарів, а оптові бази до районів споживання, тим менше часу витрачається на поставку товарів, частіше здійснюється завезення товарів у роздрібні торговельні підприємства, і, відповідно, меншою є потреба в товарних запасах. Таким чином, розмір руху товарних запасів визначається політикою торговельного підприємства щодо вибору постачальників товарів, а також залежить від ефективності організації господарських зв'язків із ними та оптимальності розробленого графіка завезення товарів.

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

Узагальнений склад зовнішніх і внутрішніх чинників та ринкові механізми управління цим процесом систематизовані й показані на рисунку.

**Висновки.** Системний підхід до класифікації чинників, що визначають величину та ефективність використання товарних запасів торговельного підприємства, вивчення масштабів впливу зовнішніх чинників дозволяють визначити оптимальні межі регулювання його діяльності та ефективного управління товарними запасами.





**Рисунок – Системна модель впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства торгівлі на управління товарними запасами**

### Список літератури

1. Марцин В. С. орнЕкономіка торгівлі / В. С. Марцин – К. : Знання, 2008. – 608 с.
2. Окландер М. А. Логістика / М. А. Окландер – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 346 с.
3. Василевський М. Економіка логістичних систем / М. Василевський [та ін.] ; [за наук. ред. Є. Крикавського та С. Кубіва]. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2008. – 596 с.
4. Бурмистров В. Г. Организация торговых процессов непродовольственных товаров / В. Г. Бурмистров. – М. : Экономика, 2007. – 349 с.
5. Товарные запасы в экономике торговли. Значение и роль товарных запасов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.lobanov-logist.ru/index.php?newsid=218>>.
6. Факторы, определяющие размер и скорость оборота товарных запасов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://arbitrade.com/education.php>>.
7. Ничипор Д. Н. Рациональные товарные запасы в розничной и оптовой торговле / Д. Н. Ничипор // Планово-экономический отдел. – 2004. – № 10 (16). – С. 14–17.
8. Беляєва М. В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Беляєва Маріанна В'ячеславівна. – Харків, 2010. – 181 с.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.

© К.С. Олініченко, 2012.

УДК 65.012.32

**О.А. Товма**, асп.

### **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА**

*Розглянуто підходи до управління діловою репутацією, а також проаналізовано методи, принципи та інші параметри управління репутацією. Отримала розвиток концепція управління діловою репутацією на основі системного підходу.*

*Рассмотрены подходы к управлению деловой репутацией, а также проанализированы методы, принципы и другие параметры управления репутацией. Получила развитие концепция управления деловой репутацией на основе системного подхода.*