

ВПЛИВ НЕПРЯМИХ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В.А. Гросул, Т.С. Колеснік

Установлено необхідність проведення стратегічного аналізу під час формування фінансової стратегії шляхом виявлення можливостей та загроз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємств роздрібної торгівлі. Проведено аналіз чинників зовнішнього середовища непрямого впливу, що дає інформаційну базу під час формування фінансової стратегії підприємства.

Ключові слова: фінансова стратегія, цілі, стратегічний аналіз, чинники, зовнішнє середовище.

ВЛИЯНИЕ НЕПРЯМЫХ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ ФИНАНСОВОЙ СРЕДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В.А. Гросул, Т.С. Колесник

Определена необходимость проведения стратегического анализа при формировании финансовой стратегии путем выявления возможностей и угроз внешней и внутренней среды предприятий розничной торговли. Проведен анализ факторов внешней среды косвенного воздействия, что дает информационную базу при формировании финансовой стратегии предприятия.

Ключевые слова: финансовая стратегия, цели, стратегический анализ, факторы, внешняя среда.

THE INFLUENCE OF INDIRECT FACTORS OF THE EXTERNAL FINANCIAL ENVIRONMENT ON THE FORMATION OF THE FINANCIAL STRATEGY IN RETAIL ENTERPRISES

V. Grosul, T. Koliesnik .

The necessity of carrying out strategic analysis during the financial strategy formation through the reveal of the possibilities and threats of the external and internal environment of retail enterprises is established. It is determined that research of the factors of external financial environment is to be held with the account of the factors of indirect and direct influence.

Macroeconomic, social, legal-political and technological conditions of providing financial activity by retail enterprises are included to the system of the

factors of indirect influence. The analysis of socio-economic factors of the external environment of indirect influence by major macroeconomic indicators of the development of Ukraine for the period from 2007-2012 is carried out. Based on the analysis of the factors of external environment, positive and negative influence trends are specified that gives informational background during the formation of the financial strategy of retail enterprise and determine conditions for its realization.

Keywords: *financial strategy, aims, strategic analysis, factors, external environment.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Управління торговельним підприємством в умовах сучасного ринкового середовища передбачає чітку визначеність перспектив його розвитку, науково обґрунтований підхід щодо забезпечення керівництвом виконання тактичних і стратегічних завдань. Таке управління обов'язково передбачає розроблення різних видів стратегій, у тому числі й фінансової, як сукупності виражених дій щодо адекватної реакції під час формування сприятливого середовища, так і під час виникнення загроз на шляху досягнення успіху. Під час формування фінансової стратегії, серед усього іншого, характерними є високий рівень невизначеності економічного середовища та об'єктивна необхідність адаптації торговельного підприємства до постійних змін.

Висока динаміка основних макроекономічних показників, пов'язаних із фінансовою діяльністю торговельних підприємств, коливання кон'юнктури фінансового ринку, нестабільність політичної ситуації, економічної політики та форм регулювання фінансової діяльності не дозволяють підприємствам роздрібної торгівлі формувати ефективні фінансові стратегії стабілізації й розвитку діяльності підприємств. Відсутність таких стратегій призводить до зниження ефективності функціонування торговельних підприємств.

Однією досить суттєвою умовою під час формування фінансової стратегії є оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища, яка дозволяє встановити тенденції і закономірності, особливості й регламенти поведінки суб'єктів господарювання, що склалися і можуть з'являтися у довгостроковій перспективі, а тому значно розширюється коло основних завдань, що можуть бути вирішені в процесі управління стратегічним розвитком фінансової діяльності торговельного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес стратегічного управління та стратегічного аналізу підприємством досліджувало багато вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, зокрема: І.О. Бланк, І. Ансофф, В.О. Василенко, М.С. Понкратов, Б.М. Мізюк, Г.В. Блакита, В.С. Пономаренко, М. Портер, А.Дж. Стрікленд, О.М. Скібіцький, А.А. Томпсон. Також дане питання розглядали такі науковці як: Р.М. Грант, А.Н. Бородулін, Р.І. Акаєва, А.М. Илишев, І.Г.Альтшулер, Г.А. Азоев, Ю.К. Боумен, В.Г. Герасимчук, А.П.Градов, О.С. Віханський, М.В. Володькіна, Г.В. Осовська, З.Є.Шершньова та ін.

Довгостроковість стратегічних фінансових цілей вимагає всебічного дослідження чинників фінансового середовища, вплив якого визначає умови реалізації фінансової стратегії. Через наявність часового лагу між розробкою і здійсненням стратегічно орієнтованих фінансових заходів вивчення таких чинників має бути спрямоване не стільки на констатацію поточної ситуації на фінансових ринках, скільки на визначення тих тенденцій, слабкі сигнали щодо виникнення яких можуть вплинути на ступінь реалізації фінансових цілей у майбутньому. Вирішення такого завдання вимагає застосування спеціальних методів і процедур, які в управлінській теорії та практиці отримали назву стратегічного аналізу.

Мета статті - проведення стратегічного фінансового аналізу непрямих чинників зовнішнього середовища під час формування фінансової стратегії підприємств роздрібною торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для підвищення ринкової вартості торговельного підприємства, його конкурентоспроможності та досягнення усталеного розвитку підприємства в сучасних умовах необхідна сформована ефективна фінансова стратегія, яка є могутнім інструментом досягнення пріоритетних цілей діяльності торговельного підприємства та його власників.

Ефективність фінансової стратегії багато в чому залежить від глибини та об'єктивності проведеного фінансового аналізу як вихідного етапу процесу розробки фінансової стратегії, що становить собою процес дослідження впливу чинників зовнішнього середовища на результативність фінансової діяльності підприємства з метою

виявлення особливостей і можливих шляхів розвитку в перспективному періоді.

Понкратов М.С. справедливо зазначає, що під час «постановки довгострокових цілей і вироблення ефективної стратегії стратегічний аналіз має дати реальну оцінку власних ресурсів і можливостей відносно стану (і потреб) зовнішнього середовища, в яких працює підприємство» [1, с. 2]. У загальному розумінні стратегічний аналіз дозволяє сформулювати інформаційно-аналітичне забезпечення процесу стратегічного управління за допомогою систематизації, порівняння, агрегування звітних даних, показників розвитку внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Зміст стратегічного фінансового аналізу для підприємств роздрібною торгівлі має визначатися виявленням можливостей і загроз зовнішнього фінансового середовища (у т.ч. інвестиційного), а також дослідженням фінансового потенціалу, що забезпечує внутрішні передумови реалізації цілей фінансування та інвестування.

Згідно з рекомендаціями І.О. Бланка, дослідження чинників зовнішнього фінансового середовища доцільно проводити окремо в розрізі чинників непрямого та прямого впливу [2]. Система чинників непрямого впливу охоплює макроекономічні, соціальні, політико-правові та технологічні умови здійснення фінансової діяльності підприємствами роздрібною торгівлі. Аналіз таких умов, як правило, передбачає вивчення темпів економічного розвитку держави в цілому та галузі зокрема, умов оподаткування, темпів інфляції, інвестиційного клімату, структурних зрушень в економіці, доходів населення тощо.

Результати аналізу соціально-економічних чинників зовнішнього середовища непрямого впливу за основними макроекономічними показниками розвитку України за 2007 - 2012 рр. наведені в табл.

Зазначені дані свідчать, що досліджуваний період умовно може бути розділений на два етапи: до 2008 р., коли за всіма основними показниками економічного розвитку в Україні відбувалося зростання, та після 2008 р., коли через світову фінансову кризу суттєво зменшилися обсяги реалізованої промислової продукції, продукції сільського господарства, удвічі скоротився імпорт товарів, майже на 30% впали обсяги капітальних інвестицій і на 6,4% скоротився

роздрібний товарооборот підприємств. Причому, якщо показник товарообороту, що характеризує обсяги реалізованого споживчого попиту, протягом 2010 - 2012 рр. в Україні поступово зростав, то обсяги товарної пропозиції з боку вітчизняних виробників навіть у 2012 р. скорочувались, що свідчить про нестабільну ситуацію у сфері товарного забезпечення.

Про певні позитивні зрушення на споживчому ринку свідчить динаміка індексу споживчих цін, зростання якого уповільнювалось протягом 2007 - 2011 р., а на кінець 2012 р. в Україні навіть спостерігалось його скорочення до рівня 99,8%. Зменшення споживчих цін на тлі збільшення доходів населення за інших рівних умов свідчить про зростання його купівельної спроможності та розширення можливостей підприємств роздрібною торгівлю у реалізації споживчого попиту.

Основні соціально-економічні показники розвитку України за 2007 - 2012 рр.*

Показник	2007	2008	2009	2010	2011	2 012
Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг), млрд грн	537,4	718,9	592,0	792,9	1008,3	1014,9
Індекс промислової продукції, % до попереднього року	107,6	94,8	78,1	111,2	107,6	98,2
Обсяг продукції сільського господарства (у постійних цінах 2010 р.), млрд грн	172,1	201,6	197,9	194,9	233,7	223,1
у % до попереднього року	93,5	117,1	98,2	98,5	119,9	95,5
Імпорт товарів, млрд дол. США	65,6	92,0	50,6	66,2	88,8	91,4
у % до попереднього року	134,4	140,2	55,0	130,8	134,1	102,9
Капітальні інвестиції, млрд грн	222,7	272,1	192,9	189,1	259,9	293,7
у % до попереднього року	149,5	122,2	70,9	98,0	137,4	113,0
Роздрібний товарооборот підприємств (у факт. цінах), млрд грн	178,2	246,9	231,0	280,9	350,1	405,1
у % до попереднього року	137,1	138,6	93,6	121,6	124,6	115,7
Доходи населення, млрд грн	623,3	845,5	894,3	1101,2	1266,8	1407,2
у % до попереднього року	132,0	135,7	105,8	123,1	115,0	111,1
Середньомісячна заробітна плата одного працівника, номінальна, грн	1351,0	1806,0	1906,0	2239,0	2633,0	3025,0
у % до попереднього року	129,8	133,7	105,5	117,5	117,6	114,9
Індекс споживчих цін, у % до попереднього року	116,6	122,3	112,3	109,1	104,6	99,8

* - розроблено автором за матеріалами Державної служби статистики України [3].

Разом з тим такі можливості обмежуються скороченням чисельності потенційних покупців через негативні демографічні тенденції в Україні, коли щорічно темпи скорочення населення становлять 0,2...0,3% [3].

Якщо вплив соціально-економічних чинників має більшою мірою нестійкий характер через різноспрямованість тенденцій основних показників, то політико-правові чинники в Україні здебільшого створюють численні обмеження щодо діяльності підприємств роздрібною торгівлі. За останні роки відбулися суттєві зміни у державній податковій політиці, у першу чергу, пов'язані із прийняттям у 2011 р. Податкового кодексу. Підприємства роздрібною торгівлі вимушені були припинити ділові стосунки з суб'єктами підприємницької діяльності у формі ФОП, оскільки останні не отримали права бути платниками податку на додану вартість. Разом з ускладненням процедур адміністрування податків, за період 2011 -2012 рр. відбулося скорочення як ставок за окремими податками (наприклад, за податком на прибуток передбачено зниження ставки до 16% у 2014 р.), так і кількості платежів – із 135 у 2011 р. до 28 у 2012 р. [4]. Незважаючи на позитивні зрушення у податковій системі, її мінливість і непередбачуваність змін не дозволяє ідентифікувати вплив цих чинників як стабілізуючий.

Аналогічна ситуація спостерігається і у правовій сфері, що стосується реєстрації власності підприємств, отримання дозволів на будівництво об'єктів торговельної інфраструктури, захисту прав інвесторів. За цими показниками Україна у світовому рейтингу умов ведення підприємницької діяльності «Doing business» посідала у 2012р. відповідно 158, 186 і 127 місце із 188 країн [4], що, на жаль, не сприяє поліпшенню вітчизняного бізнес-середовища.

Розвиток технологій, на відміну від економічних і політико-правових чинників, стимулює інноваційні перетворення в торгівлі. З одного боку, поліпшуються логістичні системи, впровадження яких забезпечує економію витрат на постачання, сприяє встановленню надійних партнерських стосунків із постачальниками, з іншого боку – численні інформаційні технології дозволяють упроваджувати нові форми обслуговування покупців, удосконалювати управлінський облік тощо. Отже, своєчасне використання можливостей технологічного середовища дозволяє торговельним підприємствам створити довгострокові конкурентні переваги, оскільки їх відтворення конкурентами ускладнено більш високим ступенем захищеності та унікальності.

Висновки. Таким чином, проведений аналіз чинників зовнішнього фінансового середовища, зокрема, непрямого впливу, дозволяє об'єктивно оцінити можливості майбутнього фінансового розвитку торговельного підприємства під час формування фінансової стратегії. Мінливість зовнішнього оточення підприємства зумовлює необхідність урахування змін чинників зовнішнього середовища, як прямого впливу так і не прямого, в процесі фінансового розвитку торговельного підприємства та адекватного реагування на ці зміни.

Список джерел інформації / References

1. Понкратов М.С. Формирование модели стратегического анализа в целях оценки финансового состояния предприятий пищевой промышленности : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / М. С. Понкратов / Орлов. гос. техн. ун-т. – Орел, 2006. – 23 с. Ponkratov M.S. (2006), Formation of the model of strategic analysis for the financial state assessment in food industry enterprises. [*Formyrovanye modely stratezhicheskoho analiza v tselyakh otsenky fyansovoho sostoyaniya predpriyatiy pishchevoy promyshlennosti;*] avtoref. dis. kand. ekon. nauk: 08.00.10 Orlov. gos. tekhn. univer., Orel, 23 p.

2. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр; Эльга, 2004. – 720 с. Blank A.I. (2004), Financial strategy of the enterprise [*Finansovaya strategiya predpriyatiya*] - K., Nika-Tsentr; El'ga, 720p.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Official site of the State statistical service of Ukraine [*Electronic resource*], <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Doing business 2013. Economy profile: Ukraine. – Washington: The World Bank, 2014. – 115 p.

Гросул Вікторія Анатоліївна, д - р екон. наук, проф., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 099 224 09 27; e-mail: vikgros@mail.ru.

Гросул Вікторія Анатоліївна, д - р екон. наук, проф., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: 099 224 09 27; e-mail: vikgros@mail.ru.

Grosul Victoria, Doctor of economic sciences, Professor, Department of economics of food industry and trade enterprises, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, 333, Klochkivska str., Kharkiv, 61051, Ukraine. Tel.: 099 224 09 27; e-mail: vikgros@mail.ru.

Колеснік Тетяна Сергіївна асист., кафедра менеджменту організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 050 808 40 50; e-mail: tatyana_k_09@mail.ru.

Колесник Татьяна Сергеевна асист., кафедра менеджмента организаций, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: 050 808 40 50; e-mail: tatyana_k_09@mail.ru.

Kolesnik Tetyana, assistant lecturer at the department of management of organizations, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, 333, Klochkivska str., Kharkiv, 61051, Ukraine.

Tel.: 050 808 40 50; e-mail: tatyana_k_09@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. Т.С. Пічугіною.
Отримано 15.03.2014. ХДУХТ, Харків.*