

**Н.М. Гаркуша**, ст. викл.

## **СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ВЕЛИЧИНУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ**

*З урахуванням середовища функціонування підприємства торгівлі запропоновано групування чинників, які впливають на величину витрат.*

*С учетом среды функционирования предприятия торговли предложена группировка факторов, которые влияют на величину расходов.*

*Grouping of factors influencing the amount of expenditures has been offered taking into consideration the environment of an enterprise's functioning.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Вагома роль витрат у розвитку підприємств визначає необхідністю безперервного управління ними з метою мінімізації їх розміру, оптимізації складу та структури, й раціональності здійснення.

Формування витрат підприємств роздрібної торгівлі залежить від великої кількості чинників, виявлення яких дозволяє цілеспрямовано управляти даним процесом. Знання про значущість, пріоритетність того або іншого чинника, можливості його використання суттєво підвищують ефективність процесу управління та обґрунтованість управлінських рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розробка політики управління витратами потребує наявності інформації про чинники внутрішнього і зовнішнього середовища. В економічній літературі багато учених висвітлювали питання факторного впливу середовища на витрати підприємств торгівлі. Серед них можна визначити дослідження таких науковців, як Б.В. Гринів, Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова, Л.О. Лигоненко, О.С. Кравченко, І.А. Бланк, А.А. Мазаракі, Ю.С. Цал-Цалко, Н.О. Власова, Л.І. Кравченко та ін.

Проте залишаються невирішені питання відносно формування витрат з урахуванням впливу чинників та можливості їх використання. Тому знання чинників, що впливають на витрати, дає змогу підвищувати ґрунтовність управлінських рішень відносно оптимізації витрат.

**Мета та завдання статті.** Метою статті є визначення чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, їх систематизація для побудови ефективної системи управління ними.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термін «фактор» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «factor» і означає «причину, рушійну силу якого-небудь процесу або явища, що визначає його характер або окремі риси» [10]. В економічній енциклопедії чинник розглядають як "істотне об'єктивне причинне явище або процес у виробництві, під впливом якого змінюється рівень його ефективності" [4]. У спеціальній літературі з економічного аналізу під чинником мають на увазі рушійні сили, умови здійснення господарських процесів і причини, що впливають на них.

Для практичного використання в рамках оцінки ефективності процесу формування витрат підприємств роздрібною торгівлі під чинниками слід вважати певні чинники, які впливають на величину витрат підприємства. Глибоке дослідження комплексу причин і чинників, що викликають зміну суми витрат, потребує науково-обґрунтованої систематизації чинників факторного впливу з урахуванням середовища функціонування підприємства.

Для того, щоб розробити політику управління витратами і впровадити її в практику, керівництво повинно мати детальну інформацію як про внутрішнє середовище підприємства, його потенціал і тенденції розвитку, так і про зовнішнє середовище, тенденції розвитку і місце, яке займає в цьому середовищі підприємство. При цьому і внутрішнє середовище, і зовнішнє оточення досліджуються для того, щоб виявити найбільш вагомні чинники, які підприємство має враховувати під час реалізації цілей мінімізації та оптимізації витрат.

Внутрішнє середовище є частиною загального середовища і обмежується рамками підприємства. Воно безпосередньо впливає на ефективність функціонування підприємства і має декілька аспектів, кожен із яких включає набір ключових процесів та елементів, що становлять потенціал підприємства. Загальноприйнято включати до внутрішнього середовища підприємств таке:

– кадровий потенціал, який охоплює такі процеси, як взаємодія менеджерів і робітників; наймання, навчання і кар'єрне зростання кадрів; оцінка результатів праці та стимулювання; створення і підтримка взаємовідносин між працівниками тощо;

– організаційний потенціал, що включає комунікаційні процеси; організаційні структури; норми, правила, процедури; розподіл прав і відповідальності; ієрархію підпорядкування;

– виробничий потенціал, який включає різні характеристики процесів виробництва продукції, постачання і ведення складського

господарства; обслуговування технологічного парку; здійснення досліджень і розробок;

– маркетинговий потенціал, що охоплює ті процеси, що пов'язані з реалізацією продукції: ціноутворення, просування продукту на ринку, вибір ринків збуту і систем розподілу;

– фінансовий потенціал, який включає процеси, пов'язані із забезпеченням ефективного використання і руху грошових коштів підприємства, ліквідності, прибутковості, створення інвестиційних можливостей тощо.

Отже, внутрішнє середовище підприємства є джерелом його ефективного функціонування, оскільки включає потенціал розвитку на певному проміжку часу. Але внутрішнє середовище може також бути і джерелом проблем і навіть банкрутства підприємства у тому випадку, якщо потенціал не забезпечує ефективного функціонування підприємства. З цього випливає, що підприємство може впливати на внутрішнє середовище і запобігати негативним явищам розвитку в цілому, і витрат зокрема.

Зовнішнє середовище, на думку Г.А. Рижкової, є джерелом ресурсів, необхідних для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні [9]. Підприємство знаходиться в стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим можливість виживання. Але ресурси зовнішнього середовища безмежні. Ними користуються багато інших підприємств, що знаходяться в цьому ж середовищі. Тому завжди існує можливість того, що підприємство не зможе отримати необхідні ресурси із зовнішнього середовища. Це може ослабити його потенціал і привести до багатьох негативних для підприємства наслідків. Традиційно зовнішнє середовище в управлінні витратами розглядається як сукупність двох відносно самостійних підсистем: макрооточення (макросередовища) і безпосереднього оточення (мікросередовища).

Макрооточення забезпечує зовнішні умови функціонування підприємства і існує незалежно від конкретного суб'єкта ринку. Воно по-різному впливає на результати діяльності підприємств, що пов'язано з особливостями торговельної галузі та з відмінностями їх внутрішнього потенціалу. У той же час вплив підприємства на макрооточення обмежений.

Безпосереднє оточення підприємства пов'язано з тими суб'єктами середовища, з якими підприємство знаходиться у безпосередній взаємодії (клієнти, постачальники, посередники, конкуренти, банківські та державні установи). При цьому важливо підкреслити, що підприємство може істотно впливати на характер і

зміст цієї взаємодії, тим самим, брати активну участь у формуванні нових можливостей та запобіганні появі загроз щодо зміни витрат.

На наш погляд, цей поділ є доволі умовним, оскільки визначається, перш за все, можливістю впливу підприємства на зовнішнє середовище. Якщо приймати це до уваги та враховувати тісний взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього середовища, то доцільним є виокремлення трьох рівнів середовища функціонування підприємства – макрорівень (обумовлюється сукупністю чинників, що формують умови функціонування підприємства, на які воно не може впливати взагалі), мезорівень (обумовлюється сукупністю чинників, які формують взаємозв'язки підприємства з іншими суб'єктами середовища, і на які воно може впливати через встановлення ефективних комунікацій) та мікрорівень (обумовлюється сукупністю чинників, які формують потенціал підприємства і перебувають під безпосереднім контролем власників, керівників та персоналу організації). Такий розподіл вважаємо цілком логічним відповідно до існуючих сучасних концепцій стратегічного управління. Саме з урахуванням цих рівнів середовища слід систематизувати чинники, які впливають на витрати підприємств торгівлі.

Дослідження сучасної економічної літератури з аналізу й управління витратами підприємств торгівлі дозволило виявити, що науковці найчастіше поділяють чинники на зовнішні (незалежні) та внутрішні (залежні).

Найбільш вагомими зовнішніми чинниками вітчизняні та зарубіжні науковці найчастіше вважають кон'юнктуру споживчого ринку; ціни та тарифи на послуги; інфляційні процеси в країні; механізм державного регулювання торговельно-господарської діяльності.

Крім означених А.А. Мазаракі та О.П. Півнюк до чинників зовнішнього середовища, які визначають зміну витрат підприємств торгівлі, відносять стан економіки країни в цілому та стан ринків чинників виробництва [7; 8].

Автори навчального посібника «Економічний аналіз в підприємствах харчування та торгівлі» доповнюють цей перелік рівнем розвитку окремих сегментів споживчого ринку [2], Б. В. Гринів – станом платоспроможного купівельного попиту [3], а Л.І. Кравченко – організаційно-структурними змінами на підприємстві [5].

У свою чергу Н.О. Власова та І.Ю. Мелушова пропонують диференційований підхід до виокремлення чинників зовнішнього середовища, які зумовлюють зміну адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат. До числа таких чинників вони

відносять державну політику в області оплати праці та амортизації основних засобів, рівень розвитку та кон'юнктуру ринку сучасних інформаційних технологій (впливають на зміну адміністративних витрат); рівень конкуренції споживчого ринку, розмір митних зборів (впливають на зміну витрат на збут); регулювання ставок орендної плати, зміни курсів іноземних валют, правові санкції за порушення договірних зобов'язань (впливають на зміну інших операційних витрат) [1].

У той же час суперечливим є віднесення цими та групою інших авторів чинника місця розташування підприємства до переліку незалежних від діяльності підприємства. Тоді, як Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова виокремлюють його в переліку залежних від діяльності підприємства [6].

Специфіка діяльності підприємств торгівлі зумовлює єдність думок науковців щодо виокремлення чинників внутрішнього впливу (тобто залежних від діяльності підприємства) на зміну витрат, а саме: обсягу та складу товарообороту; швидкості обігу товарів; умов товаропостачання; стану та ефективності використання основних засобів; стану та ефективності використання трудових ресурсів; форм обслуговування споживачів; структури капіталу.

Здійснюючи огляд внутрішніх чинників, що формують витрати, окремі автори вважають за доцільне з'ясувати вплив на зміну витрат товарної спеціалізації та складності асортиментної структури товарообігу, ефективності розробки та реалізації маркетингової політики, а також стану та рівня розвитку торговельної мережі.

Суб'єктивними внутрішніми чинниками, що зумовлюють зміну витрат, Б.В. Гринів вважає організаційно-технічний та технологічний рівень торговельної діяльності, ефективність розробки та реалізації політики менеджменту й рівень комерційної роботи, а Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова – рівень механізації та автоматизації технологічних процесів.

Узагальнення думок науковців щодо чинників, які зумовлюють зміну витрат підприємств торгівлі, дозволило нам розробити ієрархічну модель факторного впливу середовища на витрати підприємств торгівлі. Під час побудови цієї моделі ми виходили, перш за все, з необхідності обмеження числа та виявлення найбільш істотних загальних ознак, які, в першу чергу, повинні бути враховані в процесі прийняття управлінських рішень, а саме – можливість підприємства та його керівництва впливати на ті чи інші чинники, дозволило виокремити чинники макро-, мезо- та мікрорівня (рисунок).

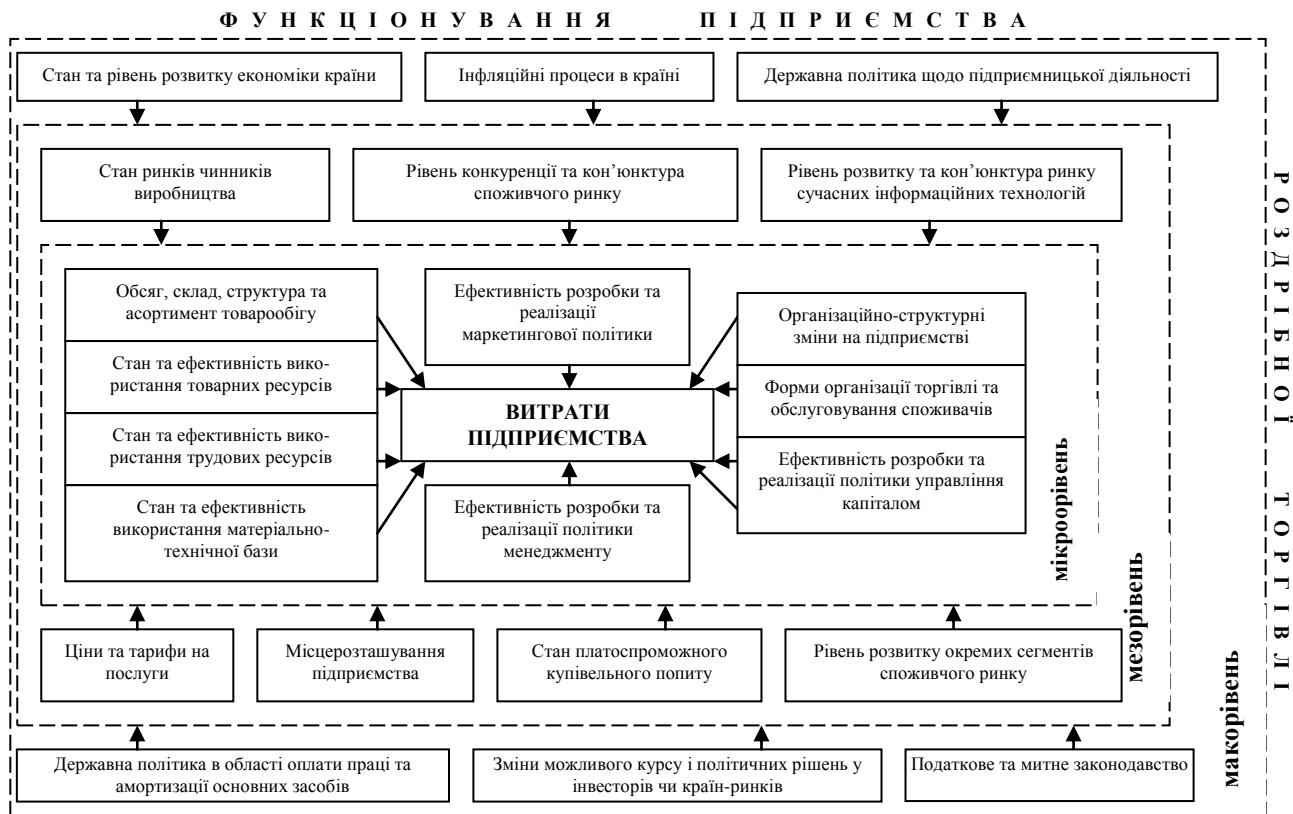


Рисунок – Ієрархічна модель факторного впливу середовища на витрати підприємств торгівлі

Запропоноване вище угруповання чинників, які впливають на величину витрат підприємств торгівлі, дозволяє: виявляти лише ті чинники, які варто враховувати в процесі управління витратами; розділяти чинники, що зумовлюють зміну витрат, за можливостями підприємства та його керівництва впливати на них; визначати ступінь участі чинників різного рівня у формуванні витрат торговельного підприємства та його фінансових результатів; оцінювати ефективність управлінського впливу на витрати.

**Висновки.** На закінчення зазначимо, що систематизація чинників факторного впливу на витрати підприємств торгівлі суттєво допомагає під час побудови ефективної системи управління ними. На мікрорівні управління витратами підприємства поєднує елементи операційного і фінансового менеджменту з метою оптимізації витрат і забезпечення максимального прибутку. На мезо- та макрорівні суть управління витратами зводиться до впливу на основні макроекономічні важелі регулювання економіки з метою мінімізації поточних витрат підприємств торгівлі й забезпечення найвищої ефективності використання виробничих, фінансових та інших ресурсів у масштабах торговельної галузі й економіки в цілому. Отже, управління витратами не зводиться лише до зниження витрат, а поширюється на всі елементи управління.

#### *Список літератури*

1. Власова, Н. О. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібною торгівлі [Текст] : монографія / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова ; Харківський держ. ун-т. харч. та торгівлі. – Х., 2008. – 259 с.
2. Гаркуша, Н. Н. Экономический анализ в предприятиях питания и торговли [Текст] : уч.-метод. пособие / Н. Н. Гаркуша, Н. Б. Кащена, О. В. Цуканова ; Харьк. гос. ун-т. пит. и торговли. – Х, 2007. – 200 с.
3. Гринів, Б. В. Економічний аналіз торговельної діяльності [Текст] : навч. посіб. / Б. В. Гринів. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 392 с.
4. Економічна енциклопедія [Текст]. У 3 т. Т. 3 / відп. ред. С. В. Мочерний. – К. : Академія, 2002. – 952 с.
5. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле [Текст] : учебник / Л. И. Кравченко. – 7-е изд., перераб. – М. : Новое знание, 2004. – 544 с.
6. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова ; под ред. проф. Н. П. Любушина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 471 с.
7. Мазаракі, А. А. Економіка торговельного підприємства [Текст] : підручник для вузів / під ред. Н. М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.

8. Півнюк, О. П. Економічна сутність та класифікація витрат в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / О. П. Півнюк. – Режим доступу : <[http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2010\\_29\\_2/statti/31.htm](http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2010_29_2/statti/31.htm)>.

9. Рижкова, Г. А. Систематизація факторів внутрішнього і зовнішнього середовища торговельного підприємства для подальшого аналізу [Текст] / Г. А. Рижкова // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1 (4). – С. 339–345.

10. Советский энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Сов. энциклопедия, 1985. – 1600 с.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© Н.М. Гаркуша, 2011.