

2. Герасимчук, В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання [Текст] : навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 360 с.

3. Гительман, Л. Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам организации и консультантам по управлению [Текст] : учеб. пособие / Л. Д. Гительман. – М. : Дело, 1999. – 496 с.

4. Забелин, П. В. Основы стратегического управления [Текст] : учеб. пособие / П. В. Забелин, Н. К. Моисеева. – М. : Маркетинг, 1997. – 195 с.

5. Клейнер, Г. Б. Предприятия в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность [Текст] / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. Н. Качалов. – М. : Экономика, 1997. – 288 с.

6. Кредисов, А. Маркетинг на зламі ХХ та ХХІ ст.: особливості та перспективи розвитку [Текст] / А. Кредисов, В. Наумова // Економіка України. – 1999. – № 9. – С. 4–11.

7. Кузнецов, С. Долгосрочное планирование рынков в системе управления компанией [Текст] / С. Кузнецов, И. Рожков // Проблемы теории и практики управления. – 2000. - №2. – С.78-84.

8. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент [Текст] : курс лекций / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибир. соглашение, 1999. – 288 с.

9. Пастухова, В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність [Текст] : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.

10. Портер, М. Е. Стратегія конкуренції [Текст] / М. Е. Портер. ; Пер. з англ. А. Олійника та Р. Скільського. – К. : Основи, 1998. – 390 с.

11. Томпсон, А. А., Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии [Текст] : учеб. для вузов : [пер. с англ.] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

12. Туленков, Н. Ключевая позиция стратегического менеджмента в организации [Текст] / Н. Туленков // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 4. – С. 104–107.

Отримано 15.09.2009. ХДУХТ, Харків.

© Н.В. Рильська, 2009.

УДК 658.843.2:658.87

Р.С. Шершньов, асп.

ЕФЕКТИВНІСТЬ НАДАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧИХ КРЕДИТІВ ЗА РАХУНОК ВЛАСНИХ КОШТІВ

Розглянуто можливість надання споживчого кредитування за рахунок власних коштів підприємств роздрібною торгівлі та визначена її ефективності.

Рассмотрена возможность предоставления потребительского кредитования за счёт собственных средств предприятий розничной торговли и определена её эффективность.

We considered the possibility of consumer lending at own funds of retail sales outlet and methodology of determining of its efficiency.

Постанова проблеми у загальному вигляді. Споживче кредитування, що бурхливо розвивалося в Україні до кризи 2008 року переважно за рахунок банківського кредитування, з початком стагнації в українській економіці майже припинило своє існування. Це було пов'язано з великою кількістю проблемних кредитів та сукупним падінням купівельної спроможності населення. Деякі системні банки на рівні внутрішніх нормативних документів повністю закрили програми споживчого кредитування й не планують їх поновлювати навіть після закінчення фінансової кризи. У зв'язку з цим підприємствам роздрібною торгівлі необхідно вирішувати, як вийти на докризовий рівень товарообігу за умов обмеженого банківського кредитування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перші публікації з проблем споживчого кредитування в Україні з'явилися лише в 2004 – 2005 рр., коли стрімко почала розвиватися ця послуга. До цього часу фахівці з проблем розвитку кредитної системи не виділяли споживче кредитування як самостійний вид кредитування. Починаючи з 2005 року ця проблема набула своєї актуальності у роботах А. Карпенка, О. Кириленка, Н. Задера, Р. Климова та ін., а з кінця 2008 р. статті, що прогнозують розвиток споживчого кредитування в умовах кризи (І. Карлової, Т. Алієва).

Мета та завдання статті. Розглянути можливість кредитування купівлі товарів за рахунок власних коштів, визначити ефективність споживчого кредитування з точки зору підприємства роздрібною торгівлі та провести порівняльний аналіз ефективності кредитування за рахунок власних і залучених коштів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність споживчого кредитування за рахунок власних коштів – визначається за наступною формулою:

$$E(v) = P(v) / KK, \quad (1)$$

де $E(v)$ – ефективність споживчого кредитування за рахунок власних коштів; $P(v)$ – прибуток від кредитування за рахунок власних коштів; KK – кредитні кошти.

Прибуток від кредитування за рахунок власних коштів визначається за наступною формулою:

$$П(в) = Д(\%) + К + П, \quad (2)$$

де $Д(\%)$ – дохід за нарахованими відсотковими ставками; $К$ – комісії при наданні кредиту та при його сплаті; $П$ – інші додаткові платежі за кредитом.

Однак формула (1) відображає лише пряму ефективність, безпосередньо пов'язану з прибутком від кредитування, і не відображає впливу споживчого кредитування на зміну обсягів товарообігу та швидкості обертання коштів, що впливає на ефективність споживчого кредитування вже опосередковано.

На кожному підприємстві роздрібної торгівлі є певний обсяг товарів, який потрібно реалізувати навіть при відсутності споживчого кредитування, але за умови залучення кредитних коштів частина клієнтів, що зазвичай витрачає при купівлі товару власні кошти, буде використовувати кредитні кошти. У цьому випадку слід зазначити, що підприємство, з одного боку, отримує додатковий дохід завдяки відсотковій ставці, з іншого – несе збитки, пов'язані з тимчасовим вилученням коштів із товарообігу. При цьому загальний попит на товари буде збільшено за рахунок залучення нових клієнтів, що взмозі придбати товар лише в кредит.

Основне питання, яке потрібно вирішити керівнику підприємства роздрібної торгівлі при кредитуванні за рахунок власних коштів, чи достатньо прискориться товарообіг за рахунок підвищення попиту, щоб покрити ту частину коштів, що буде тимчасово вилучена з товарообігу.

Отже, щоб розпочати кредитування купівлі товарів за рахунок власних фінансових джерел, на підприємстві повинні існувати наступні умови:

- відсутність коштів у покупців на ті товари, які користуються в них попитом;
- наявність фінансових активів, які можна тимчасово вилучити з товарообігу, або застосування споживчого кредитування, яке прискорить обертання коштів.

Розглянемо рис. 1, де крива попиту на товар за наявності споживчого кредиту зміщується вправо, тобто переходить із положення $D1$ в положення $D2_о$. При цьому крива попиту на купівлю товарів за рахунок власних коштів клієнта зміщується вліво, тобто переходить із положення $D1$ в положення $D2_{вк}$. Зрозуміло, що при значенні ціни то-

вару, що прямує до нуля або до нескінченності, прибуток підприємства дорівнює нулю, а три криві мають одні й ті ж самі ліміти.

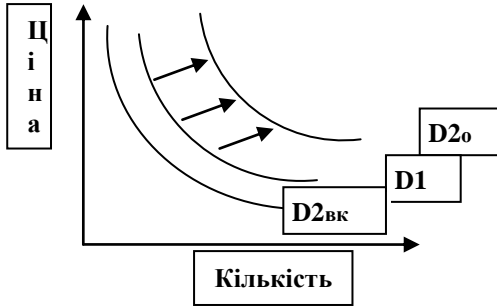


Рисунок 1 – Зміщення кривої попиту за умов споживчого кредитування

Точка оптимальної підсумкової ціни (безпосередньо ціна товару та кредитна вартість) графічно являє собою точку на кривій $D2_о$, проекції якої на осі Q та P утворюють найбільшу площину.

Як видно з рис. 1, застосування споживчого кредитування призводить як до росту товарообігу, так і цін. При цьому під ціною слід розуміти кінцеву вартість товару для споживача, тобто з урахуванням кредитних витрат.

Виходячи з неможливості повністю відобразити ефективність споживчого кредитування на підприємстві роздрібної торгівлі тільки за допомогою формули (1), необхідно визначати ефективність кредитування за рахунок власних коштів за таким аспектом, як приріст грошової маси на підприємстві. Формула річного товарообігу в класичному вигляді виглядає наступним чином:

$$m/o = Q * m, \quad (3)$$

де m/o – товарообіг за рік; Q – кількість обертань коштів за певний проміжок часу (рік); m – грошова маса, що знаходиться в обігу.

У формулі (3) нас цікавить перш за все множник m та його зростання за умов споживчого кредитування.

Розглянемо, як змінюється грошова маса за умов спрямування частини прибутку від продажу товарів у товарообіг та відсутності споживчого кредитування:

$$m_1 = m_0 \left(1 + K_{m/o} \frac{Q}{T} \right) \quad (4)$$

де m_1 – грошова маса на кінець періоду; m_0 – грошова маса на початок періоду; $K_{m/o}$ – коефіцієнт, що відображає співвідношення частки прибутку, який спрямовується на збільшення товарообігу до суми коштів в обігу.

У разі, якщо весь товар буде придбано за рахунок кредитних коштів, формула визначення грошової маси прийме наступний вигляд:

$$m_1 = m_0 \left(1 + K_{m/o} \frac{Q}{T} \right) + m_0 \left(1 + K_{Pr\%} \frac{1}{T_K} \right), \quad (5)$$

де T_K – термін кредитування; $K_{Pr\%}$ – коефіцієнт відсоткового прибутку від кредитування (включає також дохід від комісій та інших додаткових кредитних платежів).

На основі формули (5) розглянемо декілька варіантів розвитку подій при споживчому кредитуванні: $1 + K_{m/o} \frac{Q}{T} > 1 + K_{Pr\%} \frac{1}{T_K}$. Споживче кредитування матиме сенс лише за умов, якщо на складах підприємства є значна кількість товару. Для досягнення ж максимального ефекту, потрібно щоб швидкість обертання коштів перевищувала середній термін надання кредиту. При цьому слід зазначити, що підприємство може закладати частину або весь кредитний прибуток у ціну товару. Цей маркетинговий хід, що часто використовується в Україні, повертає формулу (5) до її первинного вигляду (4). У даному випадку $K_{m/o}$ включає в себе $K_{Pr\%}$, це значно збільшує дохідність кожного обороту коштів. Проте споживче кредитування за рахунок власних коштів і при відсутності затримок у продажу товарів доцільно лише за наступної умови:

$$Q_1 > \log_{(1 + K_{m/o_1})} \left(1 + K_{m/o_0} \frac{Q_0}{T} \right), \quad (6)$$

де Q_0 – швидкість обертання грошей без споживчого кредитування; Q_1 – швидкість обертання грошей зі споживчим кредитуванням; K_{m/o_0} – коефіцієнт, що відображає співвідношення частки прибутку,

який спрямовується на збільшення товарообігу до суми коштів в обігу за відсутності споживчого кредитування; K_{m/o_1} – коефіцієнт, що відображає співвідношення частки прибутку, який спрямовується на збільшення товарообігу до суми коштів в обігу за умов споживчого кредитування.

Оскільки K_{m/o_0} та Q_0 нам відомі, то графічно ефективність споживчого кредитування відповідно до формули (6) буде виглядати як логарифмічна залежність Q_1 від K_{m/o_1} .

Розглянемо простий приклад: $Q_0 = 5$, $K_{m/o_0} = 0,2$, тоді таблиця значень буде мати наступний вигляд.

Таблиця – Розрахункові дані залежності $Q_1 = \log_{(1+K_{m/o_1})} 2,498$

Q_1	1	2	3	4	5	6
K_{m/o_1}	2,498	1,57	1,36	1,26	1,2	1,16

Зображена на рисунку 2 крива характеризує граничну ефективність споживчого кредитування за рахунок власних коштів підприємства порівняно зі звичайним продажем товарів. Як видно з графіку, якщо точка, що характеризує співвідношення коефіцієнта прибутковості й оборотності коштів, знаходиться правіше від кривої, – застосування споживчого кредитування за рахунок власних коштів є економічно обґрунтованим; якщо точка розташована лівіше – застосування споживчого кредитування є недоцільним.

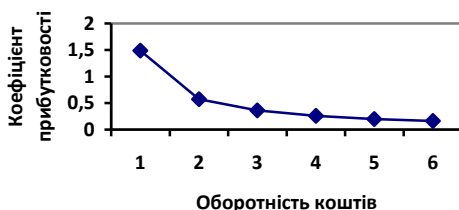


Рисунок 2 – Графічне зображення залежності $Q_1 = \log_{(1+K_{m/o_1})} 2,498$

◆ – межа ефективності споживчого кредитування

Якщо $K_{m/o}$ не включає до себе $K_{Pr\%}$, і при цьому $\mathbb{1} + K_{m/o} < \mathbb{1} + K_{Pr\%}$, то споживче кредитування доцільне навіть при певному уповільненні обертання коштів, яке буде пов'язане з вилученням коштів з обігу.

Окреме місце при визначенні можливості кредитування за рахунок власних коштів підприємства роздрібною торгівлі займає ризик неповернення кредитних коштів.

У сучасній банківській системі України нормальним є неповернення 5% кредитів, проте в період кризи цей показник досягає 20% навіть в банках, що вели досить зважену кредитну політику в споживчому сегменті. При цьому слід зауважити, що ризик неповернення кредиту підприємству роздрібною торгівлі значно вище, ніж банку.

Для зменшення ризику неповернення коштів підприємству роздрібною торгівлі необхідно створювати колекторську службу, яка буде працювати з боржниками за кредитами, але створення такої служби потребує додаткових витрат, тобто зменшує прибуток підприємства. Альтернативою є підписання угоди з діючою колекторською організацією, що також призведе до певних витрат на виконання забор'язань за цією угодою.

Висновки. За умов кредитування за рахунок кредитних коштів банку підприємство роздрібною торгівлі, з одного боку, не отримує додаткового кредитного прибутку, з іншого – не вилучає кошти з товарообігу. Отже, кредитування за рахунок власних коштів може бути вигідним за наступних умов:

- термін кредитування менше або дорівнює терміну одного повного обертання коштів на підприємстві;
- кредитний прибуток вище за дохід від продажу;
- є додаткові фінансові резерви.

Виконання однієї з умов є обов'язковим, але не достатнім.

Розглянемо переваги та недоліки кредитування за рахунок власних коштів.

Переваги:

- додатковий дохід з нарахованих відсотків;
- значне підвищення попиту на продукцію, що несе в собі і рекламний ефект;
- незалежність від банківської системи.

Недоліки:

- ризик неповернення кредитів;
- тимчасове вилучення коштів з товарообігу;
- додаткові витрати.

Після закінчення поточної економічної кризи багато банків не будуть відновлювати кредитну діяльність у споживчому сегменті (за виключенням іпотечного та автокредитування). Це призведе до нестачі банківських кредитних коштів для споживчих товарів, і підприємствам роздрібної торгівлі доведеться вирішувати, або не застосовувати споживче кредитування за рахунок власних коштів, або програвати в цьому аспекті своїм конкурентам, що продають товари в розстрочку. Розглянутий механізм визначення ефективності споживчого кредитування є актуальним для підприємств роздрібної торгівлі й має слугувати оптимізації товарообігу.

Список літератури

1. Алиев, Т. Оценка предоставления товарного кредита [Текст] / Т. Алиев // Управленческий учёт и бюджетирование. – 2009. – №6. – С. 42–45.
2. Задерей, Н. Деньги на скорость [Текст] Н. Задерей // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2006. – №1. – С. 19–22.
3. Карпенко, А. Безвідсоткові кредити та їх реальна вартість [Текст] / А. Карпенко // Фінансовий ринок України. – 2008. – №4. – С. 5–6.
4. Карпова, І. О. Розвиток споживчого кредитування в сучасних умовах функціонування кредитно-банківської системи України [Текст] / І. О. Карпова, В. А. Стефанова // АПЕ. – 2009. – №5. – с. 198–206.
5. Кириченко, О. А. Банківське кредитування споживчого ринку: проблеми розвитку [Текст] / О. А. Кириченко, Л. В. Патерікіна // АПЕ, – 2008. – №7. – С. 182–197.
6. Климов, Р. А выгодно ли продавать с отсрочкой? [Текст] / Р. Климов // Бизнес-консультант. – 2006. – №3. – С. 32–33.
7. Пасхвер, А. Только для белых [Текст] / А. Пасхвер // Корреспондент. – 2006. – 15 июля. – С. 30–32.
8. Тиводар, Т. М. Методика комплексної оцінки кредитоспроможності позичальника при наданні товарних кредитів [Текст] / Т. М. Тиводар // Економіка, фінанси, право. – 2005. – №5. – С. 19–23.

Отримано 15.09.2009. ХДУХТ, Харків.

© Р.С. Шершньов, 2009.

УДК 334.012.64:658.15

А.С. Кліщ, асп.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Проведено дослідження динаміки кількості малих підприємств, визначено місце малих підприємств торгівлі серед інших галузей економіки, виокре-