

УДК 658.811

JEL Classification: O120

Горошанська О.О.,

кандидат економічних наук, доцент,

Носач Н.М.

аспірант,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Горошанская Е.А.,

кандидат экономических наук, доцент,

Носач Н.М.

аспирант,

Харковский государственный университет питания и торговли

Goroshanskaya E.A.,

kandidat of economics, associate professor,

Nosach N.M.

graduate student,

Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ТОВАРІВ

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ТОВАРОВ

ANALYTICAL SUPPORT MANAGING OF COMMODITY SALES

Розглянуто сутність аналітичного забезпечення та його місце в системі управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі. Обґрунтовано вимоги до побудови якісної системи аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів. Розроблено структурно-логічну модель методики аналізу виручки від реалізації товарів в підприємствах торгівлі. Запропоновано моделі детермінованого факторного аналізу виручки від реалізації товарів, які дозволяють виявити резерви її збільшення та розробити оптимальні стратегічні та тактичні управлінські рішення.

Ключові слова: виручка від реалізації товарів, аналітичне забезпечення управління, організація та методика аналізу.

Рассмотрена сущность аналитического обеспечения и его место в системе управления реализацией товаров в предприятиях торговли. Обоснованы требования к построению качественной системы аналитического обеспечения управления реализацией товаров. Разработана структурно-логическая модель методики анализа выручки от реализации товаров в предприятиях торговли. Предложены модели детерминированного факторного анализа выручки от реализации товаров, позволяющие выявить резервы ее увеличения и разработать оптимальные стратегические и тактические управленческие решения.

Ключевые слова: выручка от реализации товаров, аналитическое обеспечение управления, организация и методика анализа.

The essence of analytical support and its place in a management system by commodity sales in trade enterprises is considered. Requirements to creation of high-quality system of analytical support managing of commodity sales are proved. The structural and logical model of methods of analysis of commodity turnover in trade enterprises is developed. The models of deterministic factor

analysis of commodity sales were suggested, which use will allow to reveal allowances of its increase and to develop optimal strategic and tactical management decisions.

Keywords: *commodity turnover, analytical support managing, organization and methods of analysis.*

Постановка проблеми. В умовах зростаючої конкуренції, підвищення вимог споживачів до якості, широти асортименту товарів та післяпродажного обслуговування багатьом підприємствам торгівлі все важче утримати свої позиції на ринку. Підвищується рівень комерційного ризику бути витиснутими конкурентами. Для забезпечення конкурентоздатності своєї позиції підприємству необхідно досліджувати ринок товарів, визначати власні можливості і перспективи розвитку. Розв'язання цих завдань потребує ефективного управління підприємством у цілому, і реалізацією товарів зокрема.

Якість і оперативність прийнятих управлінських рішень залежить не лише від компетентності управлінського персоналу, а й від якості аналітичного забезпечення управління підприємством торгівлі. Саме аналітичне забезпечення управлінської діяльності сприяє виявленню вузьких місць та прихованих резервів зростання обсягу виручки від реалізації товарів та прибутку підприємства, дозволяє ефективно контролювати ризики господарської діяльності. З огляду на це зростає науковий і практичний інтерес до формування відповідного аналітичного забезпечення управління, спроможного на підставі сучасного методичного інструментарію і технологій аналітичної обробки нормативно-планової, облікової та позаоблікової інформації забезпечити розроблення комплексу заходів, спрямованих на збільшення обсягів діяльності підприємств торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок в дослідження проблем обліково-аналітичного забезпечення процесу управління діяльністю суб'єктів господарювання внесли науковці: Бутинець Ф.Ф., Гудзинський О.Д., Дем'яненко М.Я., Кірейцев Г.Г., Кащена Н.Б., Маслова І.А., Пилипенко А.А., Палий В.Ф., Пархоменко О.В., Пахомова Т.М., Попова Л.В., Пушкар М.С., Саблук П.Т., Соколов Я.В., Сопко В.В. та ін. Теоретичні, методичні та організаційні проблеми економічного аналізу як окремої складової обліково-аналітичного забезпечення управління досліджені в наукових працях Баканова М.І., Кравченка Л.І., Мних Е.В., Пилипенка А.А., Савицької Г.В., Стражева В.І., Тарасенка Н.В., Чернелевського Л.М., Пуцентейла П.Р., Гуменюк О.О. та ін. Однак деякі питання, пов'язані з особливостями аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі, потребують більш детального дослідження.

Метою статті є розробка практичних рекомендацій до побудови аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішність ведення бізнесу зумовлена здатністю керівництва підприємства приймати оптимальні рішення значною мірою залежать від наявності дієвого аналітичного забезпечення управління всіма процесами на підприємстві, і зокрема процесом реалізації товарів.

Аналітичне забезпечення управління підприємством є складовою обліково-аналітичного забезпечення, під яким, на думку Юзва Р.П., слід розуміти «сукупність облікових і аналітичних процесів, об'єднаних у обліково-аналітичну систему та спрямованих на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом перетворення первинної інформації в узагальнюючу згідно з визначеними цілями, а також нормативно-правовим, методичним, організаційним, програмним, математичним, технічним та ергономічним забезпеченнями» [8, с.6].

Як слушно зазначає Пуцентейло П.Р., аналітичне забезпечення є окремою системою, заснованою на інформації, котра отримана шляхом проведення економічного аналізу даних для визначення результатів управління і побудови прогнозних значень господарської діяльності [6, с. 169]. Аналітичне забезпечення є безперервним процесом підтримки управлінських рішень за допомогою певних організаційно-технологічних процедур, інформаційних систем та рівня кваліфікації фахівців обліково-аналітичного апарату [7, с. 195]. Слово «забезпечення» у даному терміні означає виконання процесу постачання аналітичної інформації в систему управління. Це поняття має включати комплекс дій з підготовки аналітичної інформації.

Аналітичне забезпечення управління реалізацією товарів як складова загальної системи аналітичного забезпечення управління підприємством, на наш погляд, формує оперативну та обґрунтовану аналітичну інформацію про причини зміни та перспективи розвитку обсягу товарообороту, забезпечує контроль за виконанням прийнятих управлінських рішень.

Метою аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів є створення інформаційного підґрунтя для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, виявлення ступеня їх реалізації.

З огляду на специфіку аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів, в якості його ключових завдань можна відзначити наступні:

- 1) збір, систематизація та накопичення інформації стосовно зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності бізнес-суб'єктів;
- 2) формування та використання сукупності методів аналітичної обробки зібраної інформації;
- 3) організаційно-технічна та методична підтримка процесу управління реалізацією товарів;
- 4) розробка сценаріїв і прогнозів поведінки чинників впливу на обсяг реалізації товарів;
- 5) виявлення внутрішніх резервів збільшення обсягу реалізації товарів;
- 6) сприяння прийняттю обґрунтованих управлінських рішень у сфері управління реалізацією товарів.

Якість аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів залежить від якості організації аналізу, його методичного та технічного забезпечення.

Аналіз літературних джерел з організації аналітичного процесу на підприємствах [2; 4; 5; 8] дозволив виявити різні погляди на процес організації

аналізу. Ми підтримуємо думку Гоголь Т.А, яка вважає, що організація аналізу на підприємстві повинна включати три основні етапи:

- підготовчий (або плановий) етап – визначення окремих елементів підсистеми аналітичного забезпечення (об'єкти, суб'єкти та види аналізу) та встановлення їх зв'язків в рамках інформаційного забезпечення системи управління.

- основний (практичний) етап – практична реалізація обраної моделі та взаємозв'язків вибраних елементів аналітичного забезпечення системи управління;

- заключний етап – контроль і оцінка практичного впровадження запланованих структурних елементів, оцінка їх взаємозв'язку та взаємоузгодженості, а також напрями проведення необхідних коригуючих дій для досягнення максимального ефекту від аналітичної інформації та прийняття найбільш раціональних інформаційно обґрунтованих управлінських рішень в системі управління підприємства [2, с. 218-219].

Вважаємо, що при виборі видів економічного аналізу для формування ефективного аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів слід враховувати особливості об'єкту управління – обсягу виручки від реалізації товарів. Із загального переліку класифікаційних ознак видів аналізу, які зустрічаються в економічній літературі, пропонується обрати наступні:

- 1) за ознакою часу – перспективний, ретроспективний, оперативний;

- 2) за методикою дослідження об'єктів – порівняльний, факторний, діагностичний, маржинальний;

- 3) за просторовою ознакою – внутрішньогосподарський, міжгосподарський (регіональний), галузевий.

Для обробка і дослідження економічної інформації щодо обсягу та структури виручки від реалізації товарів, ритмічності та рівномірності її надходження використовуються як загальнонаукові, так і конкретно-наукові методи аналізу. Комплекс цих методів представляє аналітичний інструментарій, доцільність і послідовність застосування якого в процесі підготовки аналітичної інформації для управління має відповідати цілям, завданням і напрямам аналізу, а також забезпечувати реалізацію функцій підсистеми аналізу в системі управління конкретного підприємства торгівлі, їх адаптацію до запитів осіб, що приймають управлінські рішення [9, с. 123]. Найбільш поширеними методами, що застосовуються для проведення аналітичних процедур, є:

- традиційні методи аналізу, які визначають як базові, без яких аналітичні дослідження практично неможливі. До цієї групи відносяться: порівняння, метод відносних і середніх величин, групування, графічний і табличний методи подання даних;

- методи факторного аналізу, що дозволяють визначити вплив чинників на зміну обсягу виручки від реалізації товарів та встановити ступінь їх залежності. Ця група об'єднує традиційні методи факторного аналізу (метод ланцюгових підстановок, метод абсолютних різниць, інтегральний метод та ін.) та економіко-математичні методи (кореляційно-регресійний аналіз, математичне програмування, матричні методи і моделі та ін.);

– евристичні методи аналізу побудовані на використанні професійного досвіду та інтуїції спеціалістів аналітичного підрозділу та управлінських працівників в цілому під час розв’язання аналітичних задач.



Рис. 1. Структурно-логічна модель методики аналізу виручки від реалізації товарів в підприємствах торгівлі (Джерело: розроблено автором)

Сукупність методів аналізу, які використовуються в рамках визначеної методики аналізу, формують методичну складову аналітичного забезпечення

управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі. При цьому під методикою аналізу пропонується розуміти певну послідовність застосування методів і способів обробки аналітичної інформації, які відповідають цілям аналізу, підпорядкованим потребам управління.

У зв'язку з тим, що метою аналізу виручки від реалізації товарів в підприємствах торгівлі, на наш погляд, є об'єктивна оцінка, встановлення причин зміни, пошук резервів збільшення обсягу та розробка заходів з їх практичної реалізації, напрями аналітичних досліджень можуть бути зведені до наступного:

1. Вивчення виконання плану і динаміки виручки від реалізації товарів, її ритмічності та рівномірності.

2. Кількісний вимір впливу чинників на виконання плану і динаміку виручки від реалізації товарів.

3. Виявлення шляхів, можливостей і резервів збільшення обсягу виручки від реалізації товарів, підвищення якості обслуговування покупців.

4. Розробка оптимальних стратегічних і тактичних управлінських рішень щодо розвитку виручки від реалізації товарів підприємства.

Кожен з напрямів аналізу реалізації товарів передбачає вирішення певних аналітичних задач, і використання відповідної системи показників та методів їх аналітичної обробки, як узагальнені на рис. 1.

При дослідженні складу та структури обсягу виручки від реалізації товарів пропонується враховувати його розподіл за товарними групами, формами продажу, періодами часу, структурними підрозділами.

Вивчити рівномірність розвитку реалізації товарів дозволить графічний метод (будуються лінійні та нелінійні графіки), а також коефіцієнт рівномірності, для розрахунку якого використовуються метод «заліку» або показники варіації.

Обсяг, структуру та перспективи розвитку виручки від реалізації товарів конкретного підприємства визначає певна сукупність чинників його зовнішнього та внутрішнього середовища. В більшості випадків торговельне підприємство не має змоги суттєво впливати на чинники його зовнішнього середовища (обсяг та структура споживчого ринку, стан конкуренції на даному регіональному товарному ринку, доходи населення та рівень оплати праці, загальна макроекономічна ситуація в країні). Проте знання дії чинників цією групи є необхідною умовою розробки ефективної товарної стратегії підприємства.

Серед чинників внутрішнього середовища підприємства можна виділити чинники, розмір впливу яких за зміну обсягу виручки від реалізації товарів визначається за допомогою методів детермінованого та стохастичного факторного аналізу на підставі побудованих моделей, а також чинники (загальна стратегія діяльності підприємства на споживчому ринку, спеціалізація (товарний профіль) підприємства, місцезнаходження, цінова та маркетингова політика), вплив яких не можна оцінити з використанням даних методів. В якості первинних моделей детермінованого факторного аналізу обсягу виручки від реалізації товарів виступає алгоритм розрахунку даного показника.

Детерміновані факторні моделі залежності виручки від реалізації товарів

№ з/п	Фактор	Модель залежності	Умовні позначення
1	Першого рівня		
1.1	Залишки товарів на початок періоду	$TO = Z_{П} + H - B - Z_{К}$	$Z_{П}$ – залишки товарів на початок періоду; H – надходження товарів; $Z_{К}$ – залишки товарів на кінець періоду; B – інше вибуття товарів.
1.2	Надходження товарів		
1.3	Інше вибуття товарів		
1.4	Залишки товарів на кінець періоду		
1.5	Середні товарні запаси	$TO = \overline{TЗ} \times Ш$	$\overline{TЗ}$ – середні товарні запаси, тис. грн.; $Ш$ – швидкість обороту запасів, об.
1.6	Швидкість обороту запасів		
1.7	Чисельність персоналу	$TO = \overline{Ч} \times ПП$	$\overline{Ч}$ – середньооблікова чисельність, чол.; $ПП$ – продуктивність праці, тис. грн./чол.
1.8	Продуктивність праці		
1.9	Основні засоби	$TO = \overline{ОЗ} \times ФВ$	$\overline{ОЗ}$ – середня вартість основних засобів, тис. грн.; $ФВ$ – віддача основних засобів, грн.
1.10	Віддача основних засобів		
1.11	Торгова площа	$TO = S \times ТОМ$	S – торгова площа, м ² ; $ТОМ$ – товарооборот на 1 м ² , тис. грн./м ²
1.12	Товарооборот на 1 м ²		
2	Другого рівня		
2.1	Структура товарних запасів	$TO = \overline{TЗ} \times \sum(dTЗ_i \times Ш_i)$	$dTЗ_i$ – питома вага окремих видів товарних запасів, коеф; $Ш_i$ – швидкість обороту окремих видів товарних запасів, об.
2.2	Швидкість обороту окремих видів товарних запасів		
2.3	Структура персоналу підприємства	$TO = \overline{Ч} \times dЧ^{on} \times ПП^{on}$	$dЧ^{on}$ – питома вага торгово-оперативних працівників, коеф; $ПП^{on}$ – продуктивність праці торгово-оперативних працівників, тис. грн./чол.
2.4	Продуктивність праці торгово-оперативних працівників		
2.7	Структура основних засобів	$TO = \overline{ОЗ} \times dОЗ_a \times ФВ^a$	$dОЗ_a$ – питома вага активної частини основних засобів, коеф; $ФВ^a$ – віддача активної частини основних засобів, грн.
2.8	Віддача активної частини основних засобів		
2.7	Структура основних засобів	$TO = \overline{ОЗ} \times dОЗ_a \times ФВ^a$	$dОЗ_a$ – питома вага активної частини основних засобів, коеф; $ФВ^a$ – віддача активної частини основних засобів, грн.
2.8	Капіталовіддача активної частини основних засобів		
3	Третього рівня		
3.1	Тривалість робочого дня	$TO = \overline{Ч} \times Д \times Г \times ГПП$	$Г$ – тривалість робочого дня, год. $ГПП$ – середньогодинна продуктивність праці, тис. грн./чол.
3.2	Середньогодинна продуктивність праці		

Застосування методів моделювання до початкових факторних моделей дозволяє отримати факторні залежності показника виручки від реалізації

товарів від чинників другого та третього рівнів (таблиця 1). Результати факторного аналізу є основою пошуку резервів збільшення обсягу виручки від реалізації товарів та розробки оптимальних стратегічних і тактичних управлінських рішень.

Поряд із методичною складовою аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів важливу роль відіграє і його технічний супровід, який містить засоби комп'ютерної техніки та програмне забезпечення. Дослідження показали, що комп'ютеризація аналізу виручки від реалізації товарів може здійснюватись за допомогою як спеціалізованих статистичних та аналітичних пакетів („STATISTICA”, „SPSS Statistics”, „STATGRAPHICS”, „STADIA” та ін.), так і електронних таблиць Microsoft Office Excel. Так, програмний продукт “Statistica” компанії “StatSoft” надає можливість «проводити аналіз за такими напрямками: одновимірний та багатовимірний дисперсійний аналіз; лінійний аналіз; нелінійне оцінювання; кластерний аналіз; одновимірний і багатовимірний аналіз відповідностей; лінійний дискримінантний аналіз; факторний аналіз тощо» [1, с. 22].

Широке використання електронних таблиць *Microsoft Office Excel* пов'язано з їх можливостями проводити обробку даних на основі математичних та статистичних формул, а також за допомогою надбудови «Пакет аналізу». Для більш ефективної роботи з електронними таблицями *MS Excel* для реалізації аналітичних процедур у редакторі можна використовувати мову програмування *Visual Basic for Applications*, яка дозволяє легко та швидко створювати різноманітні додатки, не маючи спеціальних знань у сфері програмування.

Висновки. Таким чином, успішне ведення бізнесу є неможливим без створення дієвого аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів, яке є складовою загальної системи аналітичного забезпечення управління підприємством, що формує оперативну та обґрунтовану аналітичну інформацію про причини зміни та перспективи розвитку обсягу товарообороту, забезпечує контроль за виконанням прийнятих управлінських рішень. Якість аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів визначається рівнем організації аналізу, його методичним та технічним забезпеченням.

Бібліографічні посилання:

1. Гаркуша Н.М. Сучасні інформаційні системи аналізу діяльності підприємств / Н.М. Гаркуша, О.О. Горошанська, О.В. Цуканова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 2. – С. 18-23.
2. Гоголь Т.А. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємств малого бізнесу : монографія / Т.А. Гоголь. – Чернігів : Видавець Лозовий В.М., 2014. – 384 с.
3. Гуменюк О.О. Функціонування аналітичного забезпечення діяльності підприємства / О.О. Гуменюк // Сталий розвиток економіки. – 2015. – № 3. – С. 212-216
4. Кащена Н.Б. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління оборотними активами підприємства / Н.Б. Кащена, О.О. Горошанська // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг / відпов. ред. О.І. Черевко. - Харків: ХДУХТ, 2015. – Вип. 2(22). – С. 27-39.
5. Оліярник, Т. Ю. Організація економічного аналізу діяльності підприємств готельного бізнесу / Т.Ю. Оліярник // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. –

- Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 20. – С. 257-262.
6. Пуцентейло П.Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства / П.Р. Пуцентейло // Сталій розвиток економіки. – 2015. – № 1. – С. 168-174.
 7. Пуцентейло П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств / П. Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 1. – С. 194-198.
 8. Юзва Р.П. Обліково-аналітичне забезпечення управління діяльністю підприємств спиртової промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук спец.: 08.00.09 / Р.П. Юзва; Тернопільський національний економічний університет. – 2011. – 20 с.
 9. Янчева Л. М. Обліково-аналітичне забезпечення управління капіталом підприємств торгівлі: теорія та практика: монографія / Л.М. Янчева, Н.Б. Кашчена, Г.Л. Чміль. – Харків: ХДУХТ, 2016. – 323 с.

List of references:

1. Harkusha, N.M. Suchasni informatsiyni systemy analizu diyal'nosti pidpryyemstv / N.M. Harkusha, O.O. Horoshans'ka, O.V. Tsukanova // Ekonomichna stratehiya i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh. – 2012. – Vyp. 2. – P. 18-23.
2. Hohol', T.A. Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya pidpryyemstv maloho biznesu : monohrafiya / T.A. Hohol'. – Chernihiv : Vydavets' Lozovyy V.M., 2014. – 384 p.
3. Humenyuk, O.O. Funktsionuvannya analitychnoho zabezpechennya diyal'nosti pidpryyemstva / O.O. Humenyuk // Stalyy rozvytok ekonomiky. – 2015. – № 3. – P. 212-216
4. Kashchena, N.B. Informatsiyno-analitychne zabezpechennya upravlinnya oborotnymy aktyvamy pidpryyemstva / N.B. Kashchena, O.O. Horoshans'ka // Ekonomichna stratehiya i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh / vidpov. red. O.I. Cherevko. - Kharkiv: KhDUKht, 2015. – Vyp. 2(22). – P. 27-39.
5. Oliyarnyk, T. Yu. Orhanizatsiya ekonomichnoho analizu diyal'nosti pidpryyemstv hotel'noho biznesu / T.Yu. Oliyarnyk // Ekonomichnyy analiz : zb. nauk. prats' / Ternopil's'kyy natsional'nyy ekonomichnyy universytet; redkol. : V. A. Deriy (holov. red.) ta in. – Ternopil' : Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr Ternopil's'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu “Економічна думка”, 2015. – Том 20. – P. 257-262.
6. Putsenteylo, P.R. Analitychne zabezpechennya diyal'nosti pidpryyemstva / P.R. Putsenteylo // Stalyy rozvytok ekonomiky. – 2015. – № 1. – P. 168-174.
7. Putsenteylo, P.R. Osoblyvosti funktsionuvannya analitychnoho zabezpechennya pidpryyemstv / P. R. Putsenteylo // Innovatsiyna ekonomika. – 2015. – № 1. – P. 194-198.
8. Yuzva, R.P. Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya diyal'nisty pidpryyemstv spyrtovoyi promyslovosti: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk spets.: 08.00.09 / R.P. Yuzva; Ternopil's'kyy natsional'nyy ekonomichnyy universytet. – 2011. – 20 p.
2. Yancheva, L.M. Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya kapitalom pidpryyemstv torhivli: teoriya ta praktyka: monohrafiya / L.M. Yancheva, N.B. Kashchena, H.L. Chmil'. – Kharkiv: KhDUKht, 2016. – 323 p.