

різних методів. Метод єдиних націнок на всі групи сировини, що використовуються при виробництві різних видів продукції власного виробництва, має значні недоліки: його застосування означає відмову від економічно обґрунтованого встановлення цін, тому що єдина націнка повністю ліквідує залежність цін на страви від витрат, пов'язаних із їх виготовленням.

Тому доцільним є диференціація націнок за типами й категоріями підприємств, а в межах кожної категорії націнки повинні встановлюватися залежно від виду й групи продукції, до якої відноситься дана страва чи кулінарний виріб. Віднесення страв і кулінарних виробів до тієї чи іншої групи проводиться за їхньою трудомісткістю. Таким чином, на наш погляд необхідно до вартості сировини додавати вартість прямих трудових витрат, виходячи з трудомісткості окремих видів страв.

Друге на що варто звернути увагу те, що використання традиційного підходу за всіма стравами меню, що ґрунтується тільки на витратах, призводить до завищення цін на страви з високою вартістю сировини та навпаки. Наприклад, в таких позиціях меню як напої, страви з макарон, деякі блюда з курятини, дуже низка вартість продуктів що витрачаються, але їх популярність дозволяє розширювати можливий рівень націнки. Та навпаки, страви з дорогою сировини, стейки, страви з морепродуктів, повинні коштувати дешевше, ніж пропонує традиційний метод розрахунку ціни.

Під час використання стандартної націнки на всі страви належної уваги потребує й той фактор, як співвідношення між ціною продукції та обсягом продажу на підприємствах ресторанного господарства. Принцип урахування еластичності попиту за ціною, що використовується на підприємствах роздрібною торгівлі, який дозволяє при зниженні ціни збільшувати обсяги реалізації, має місце також у сфері ресторанного господарства. Тобто якщо за мету ставиться збільшення обсягу продажу більш рентабельних страв в розрізі меню що пропонується, різниця в ціні з іншими блюдами (замінниками) повинна бути мінімальною. Також, націнка на страви найбільшого споживання може бути меншою, ніж на страви що продаються у меншій кількості, оскільки високий рівень обсягу продаж популярних страв компенсують низький рівень націнки, що дозволяє підприємствам забезпечити збільшення обсягу прибутку.

Процес ціноутворення визначається не тільки вартістю, але й варто звернути увагу на вплив непрямих факторів. До факторів непрямого впливу, які дозволяють підприємствам ресторанного господарства встановлювати більш високий рівень націнки (але менш високий, якщо ці фактори відсутні), відносяться: місцезнаходження підприємства; сегмент ринку; особливе обслуговування клієнтів та надання великого спектру додаткових послуг; спеціальні пропозиції в меню та т.ін.

Розуміння механізму впливу даних факторів на величину ціни та додержання основних принципів під час процесу ціноутворення на підприємствах ресторанного господарства, дозволить підприємствам цієї сфери успішно функціонувати в конкурентному середовищі, підвищуючи стабільність й ефективність господарської діяльності.

**Н.О. Власова**, канд. екон. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

**О.В. Михайлова**, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

## **ОБОРОТНІ АКТИВИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Ресурсний потенціал підприємства як можливості сукупності ресурсів, що знаходяться у його розпорядженні та визначаються їх кількісними і якісними параметрами, складом, співвідношенням та відповідністю цілям, які віршуються на тому чи іншому етапі розвитку, являє собою складну структуровану систему. До основних особливостей ресурсного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі слід віднести:

- перевагу в загальному складі активів оборотних, які у свою чергу складаються більшою мірою з товарних запасів;
- незначні розміри дебіторської заборгованості, пов'язаної із продажем товарів;
- необхідність наявності коштів не тільки для обслуговування поточних господарських операцій, але й для обслуговування розрахунків з покупцями;
- високу швидкість обороту капіталу в порівнянні з галузями, що виконують виробничі функції, що розширює можливості у залученні та використанні позикового капіталу;
- відносно короткий строк окупності інвестицій і життєвий цикл підприємств;
- високу залежність кінцевих результатів фінансово-господарської діяльності від місткості та кон'юнктури споживчого ринку;
- істотний взаємозв'язок господарської діяльності торговельних підприємств із грошовим обігом у цілому.

Оборотні активи торговельного підприємства являють собою найбільш рухомі ресурси, які одночасно знаходяться на різних стадіях кругообігу у натурально-речовій, грошовій формі та у формі поточних розрахунків. Значна їх частина має бути інвестована до початку торгово-технологічних процесів. Вони споживаються на протязі одного торговельно-виробничого циклу та постійно повинні поновлюватися в господарському обігу, їх вартість відновлюється під час реалізації товарів.

Основним елементом оборотних активів є засоби, що формують товарні ресурси, величина й склад яких залежать від умов закупівель, господарських зв'язків з постачальниками, можливостей виробництва, асортименту товарної пропозиції. Товарні ресурси можна розглядати як матеріальну основу роздрібного товарообігу, тобто масу товарів, що надійшла на підприємство з різних джерел, що призначена для наступного продажу кінцевому споживачеві. Товарні ресурси як елемент ресурсного потенціалу при постійній наявності на підприємстві у формі товарних запасів, у той же час є дуже рухливими й мінливими в часі за рахунок постійного відновлення. Товарні ресурси мають властивість подільності, що дозволяє торговельному підприємству проводити гнучку закупівельну політику.

Товарні ресурси кількісно представлені товарними запасами й розміром товарів, що надійшли на підприємство протягом певного періоду часу. До особливостей формування запасів товарів у торговельному підприємстві варто віднести:

- високий ступінь залежності їх розміру та асортименту від попиту населення;
- високий ступінь залежності розміру товарообігу й інших результативних показників торговельного підприємства від наявності товарних запасів;
- вплив властивостей і характеристик самого товару на розмір запасу з погляду умов доставки, ритмічності виробництва, тривалості й можливостей зберігання;
- відсутність або короткий цикл торгово-технологічного процесу створюють можливості звести розмір запасу до мінімуму.

Перебування оборотних активів не тільки у натуральній, а одночасно і у грошовій та розрахунковій формах обумовлюють їх участь і у формуванні фінансових ресурсів, як у момент створення, так і в процесі поточної діяльності торговельних підприємств. У процесі реалізації товарів і надання послуг підприємство заробляє кошти, які у свою чергу витрачаються на придбання необхідних ресурсів. При цьому відтік і приплив грошей, як правило, відрізняються в окремі проміжки часу, що викликає необхідність формування певних запасів коштів, які можуть надходити або ззовні (ринку капіталу), або створюватися в процесі господарської діяльності у вигляді прибутку.

Таким чином, управління ресурсним потенціалом підприємств роздрібною торгівлі потребує в першу чергу враховувати особливості формування та руху оборотних активів, які значною мірою впливають на стан та ефективність використання інших видів ресурсів й кінцеві результати діяльності.

**Н.О. Власова**, канд. екон. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

**П.В. Смірнова**, канд. екон. наук (ХДУХТ, Харків)

## **ОЦІНКА МАЙБУТНЬОГО РІВНЯ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Базовим підходом до оцінки майбутньої ліквідності та платоспроможності підприємств є розробка планових, а точніше прогнозованих форм фінансової звітності. І хоча форми фінансової звітності навряд чи можна вважати бездоганними, вони є єдиним доступним джерелом інформації для зовнішніх користувачів.

Майбутню (очікувану) ліквідність можна оцінити за допомогою прогнозу «Балансу» і «Звіту про фінансові результати», а «Звіт про рух грошових коштів» дозволяє наочно оцінити майбутню платоспроможність.

При складанні короткострокових прогнозів ліквідності та платоспроможності цей процес може бути спрощено за рахунок скорочення кола і укрупнення статей активів і пасивів балансу, що беруть участь у розрахунках. Це особливо актуально для підприємств торгівлі.

При цьому наведені співвідношення можуть бути індивідуалізовані залежно від видів діяльності підприємств. Так, у підприємств роздрібною торгівлі продовольчими товарами в системі рівнянь практично відсутня дебіторська заборгованість за товарами, визначну роль у складі оборотних активів відіграють запаси товарів, дебіторська заборгованість за розрахунками незначна і може повністю перекинутися відповідною кредиторською і тому подібне. У зв'язку з цим прогнозування майбутньої платоспроможності може зводитися до прогнозу складу джерел фінансування запасів.

Виходячи з цього, схематично методика прогнозу платоспроможності торговельного підприємства на основі прогнозу джерел фінансування товарних запасів може бути представлена таким чином:

На першому етапі здійснюється прогнозування майбутнього обсягу продажів. Далі визначається величина необхідних товарних запасів на кінець періоду з урахуванням змін товарообороту, рівня цін на товари і темпів інфляції. Це дозволить розрахувати їх приріст за період як різницю між запасами на кінець і початок періоду.

Важливим моментом прогнозу є оцінка можливостей формування чистого прибутку і підходів до його використання, виходячи з цілей і завдань підприємства. Тут можуть бути використані різні відомі методики, виходячи з конкретних умов функціонування підприємства.