

Підприємство не ставить обмежень у нарощуванні поточних активів, має значні кошти, запаси сировини та готової продукції, істотну дебіторську заборгованість - у цьому випадку питома вага поточних активів у складі всіх активів висока, а період оборотності оборотних активів тривалий. Така політика управління поточними активами не може забезпечити підвищену економічну рентабельність активів, але практично виключає питання зростання ризику технічної неплатоспроможності.

Агресивній моделі управління поточними активами відповідає агресивна модель управління поточними пасивами, при якій у загальній сумі пасивів переважають короткострокові кредити. При цьому на підприємстві підвищується рівень ефекту фінансового важеля. Витрати підприємства на виплату відсотків по кредитах зростають, що знижує рентабельність і створює ризик втрати ліквідності.

### 2. Консервативна модель управління поточними активами та пасивами.

Підприємство стримує зростання поточних активів - і тоді питома вага поточних активів у загальній сумі активів низька, а період оборотності оборотних коштів короткий. Таку політику ведуть підприємства або в умовах достатньої визначеності ситуації, коли обсяг продажів, строки надходжень і платежів, необхідний обсяг запасів і точний час їх споживання відомі заздалегідь, або при необхідності строгої економії. Така політика управління поточними активами забезпечує високу економічну рентабельність активів, але несе в собі підвищений ризик виникнення технічної неплатоспроможності у випадку непередбачених ситуацій при реалізації продукції або при помилці в розрахунках.

Ознакою консервативної політики управління поточними пасивами служить відсутність або дуже низька питома вага короткострокового кредиту в загальній сумі всіх пасивів підприємства. Всі активи при цьому фінансуються за рахунок постійних пасивів (власних коштів і довгострокових кредитів та позик).

### 3. Помірна модель управління поточними активами та пасивами.

Підприємство займає проміжну, «центристську» позицію - при цьому поточні активи становлять приблизно половину всіх активів підприємства, період оборотності оборотних коштів має усереднену тривалість. У цьому випадку економічна рентабельність активів, і ризик технічної неплатоспроможності перебувають на середньому рівні.

Для помірної політики управління поточними пасивами характерний середній рівень короткострокового кредиту в загальній сумі пасивів підприємства.

Помірна політика управління оборотними коштами являє собою компроміс між агресивною та консервативною моделлю.

Вибір відповідних джерел фінансування оборотних активів в остаточному підсумку визначає співвідношення між рівнем ефективності використання капіталу та рівнем ризику фінансової стабільності і платоспроможності підприємства. З урахуванням цих факторів і будується політика управління фінансуванням оборотних активів.

Якщо при незмінному обсязі короткострокових фінансових зобов'язань буде рости частка оборотних активів, що фінансуються за рахунок власних джерел і довгострокового позикового капіталу, то в цьому випадку буде підвищуватися фінансова стабільність підприємства, але знижуватися ефект фінансового важеля та рости середньозважена вартість капіталу в цілому (процентна ставка по довгострокових позиках за рахунок більшого їх ризику вище, ніж по короткострокових позиках).

Відповідно, якщо при незмінній участі власного капіталу та довгострокових позиках у формуванні оборотних активів буде зростати сума короткострокових фінансових зобов'язань, то в цьому випадку може бути знижено загальну середньозважену вартість капіталу, досягнуто більш ефективного використання власного капіталу (за рахунок зростання ефекту фінансового важеля), але при цьому буде знижуватися фінансова стабільність та платоспроможність підприємства (за рахунок зростання обсягу поточних зобов'язань і збільшення частоти виплат боргу).

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

**О.В. Колчкова**, асист. (ХДУХТ, Харків)

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

Оцінка ефективності діяльності торговельної мережі має за мету розробку висновку про її життєздатність та можливість подальшого розвитку на основі всебічного аналізу, який проводиться за допомогою системи показників, що відображають стан і розвиток суб'єкта оцінки в регіональному розрізі.

Наявність в економічній літературі принципово різних підходів до розуміння внутрішньої сутності поняття «ефективність діяльності підприємства», свідчить про складність та багатогранність цієї категорії і вимагає застосування комплексного, системного підходу до її оцінювання щодо підприємств мережевої торгівлі в регіональному розрізі. Комплексний підхід передбачає використання різнопланових показників, які підлягають систематизації з урахуванням їх взаємозв'язків і підпорядкованості, що надасть реальну уяву про ефективність регіонального розвитку підприємств торгівлі.

Послідовність процесу оцінки ефективності діяльності підприємств на основі наявних методик оцінки її ефективності подано на рис. 1 у вигляді зв'язку логічно поєднаних блоків. Це дозволяє застосувати

комплексний підхід до вирішення проблеми оцінки ефективності регіонального розвитку торговельних мереж.

Необхідність оцінки ефективності економічного потенціалу під час дослідження регіонального впливу на розвиток торговельних мереж пов'язана, насамперед, із регіональними особливостями формування і використання основних ресурсів торгівлі (трудових, матеріальних, просторових, фінансових), реалізації товарів.

Пропонується оцінювати ефективність розвитку торговельних мереж за складовими економічного потенціалу, кожній із яких має відповідати певний оціночний показник:

- техніко-технологічній складовій – віддача товарообороту з одного метра квадратного торговельної площі;
- кадровій складовій – продуктивність праці робітників підприємства мережевої торгівлі;
- матеріальній складовій – оборотність товарних запасів;
- фінансовій складовій – прибутковість використання активів і власного капіталу;
- торговельній складовій – прибутковість продажів (реалізації).

Виділення статичних і динамічних показників пояснюється потребою в забезпеченні детальної характеристики ефективності розвитку роздрібних торговельних мереж у регіонах.

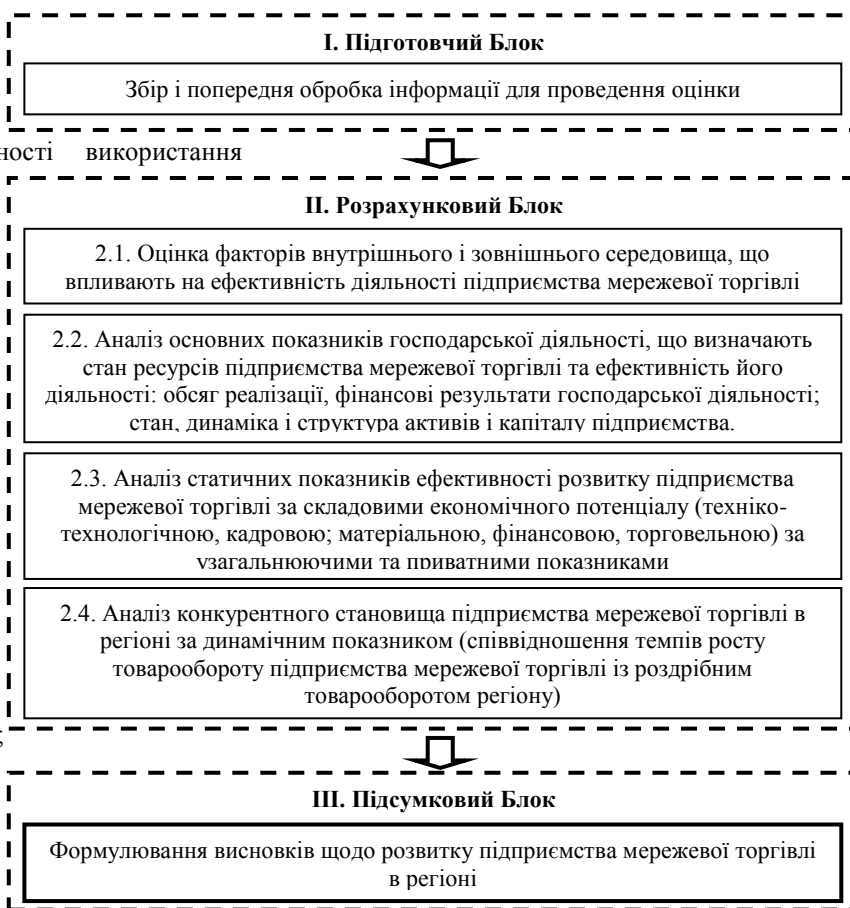


Рисунок – Структурно-логічна схема процесу оцінювання ефективності розвитку підприємства мережевої торгівлі

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

**І.Ю. Мелушова**, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

## ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Важливою особливістю механізму формування цін на продукцію підприємств ресторанного господарства є те, що вони більш суттєво (порівняно з іншими споживчими товарами й послугами) відхиляються від своєї ринкової вартості залежно від підвищення чи зниження попиту, стану розвитку конкуренції на ринку, впливу державних важелів ціноутворення та інших факторів.

Механізм ціноутворення в умовах ринкової економіки реалізується через цінову політику, що являє собою комплекс цінових стратегій і тактичних прийомів щодо ініціативної зміни цін на товари та послуги підприємства.

У вітчизняних підприємствах ресторанного господарства й нині найпоширенішим методом розрахунків вихідних ринкових цін залишається витратний метод як спадок від централізованої економіки. В умовах ринку він є необхідним, але не єдиним етапом обґрунтування вихідних ринкових цін. Але, традиційний підхід, що ґрунтується тільки на витратах, не може бути ефективним, якщо мета підприємства не тільки покриття витрат, а й досягнення поставлених стратегічних завдань. Науково обґрунтованою може бути така модель ціни, що базується на розрахунку собівартості виробництва й реалізації продукції і суми реального прибутку, та узгоджується з ціною політикою підприємства.

У зв'язку з вищенаведеним, на нашу думку, підприємства ресторанного господарства в процесі формування ефективної цінової політики повинні додержуватися наступних принципів ціноутворення.

По-перше, націнка підприємств ресторанного господарства не може бути однаковою для всіх груп страв чи сировини. Ціна на кожну категорію страв повинна встановлюватися індивідуально, з використанням