

можна зробити висновок, що Американська криза була зумовлена внутрішніми передумовами, але за рахунок глобалізаційних процесів і тісної взаємозалежності фінансових ринків вона швидко поширилась світовою економікою. Розробити механізм попередження поширення кризових явищ світовою економікою в умовах глобалізації та інтеграції буде дуже складно, тому, на наш погляд, необхідно створити наднаціональний орган контролю за розвитком та попередження кризових явищ в окремих країнах світу.

### Література

1. Мировая экономика: Аналітичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ereport.ru>
2. BBS News [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.bbc.co.uk>
3. Пол Кругман Экономика как наука [Електронний ресурс] / Пол Кругман. – Режим доступу : <http://web.mit.edu/krugman/www/>
4. Васильев В.С. Мировой финансовый кризис и экономическая стратегия Б. Обамы – Т. Гайтнера. / В.С. Васильев, Е.А. Роговский // США-Канада: экономика – политика – культура. – 2009. – № 4. – С. 3-29.

Надійшла 15.08.2010

УДК 657.1: 658. 6(477)

С. І. ГОЛОВАЦЬКА, Н. Р. МАССИК  
Львівська комерційна академія

## ОСОБЛИВОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОБУДОВУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ

*Висвітлено суть та специфіку торгівлі, проведений аналіз особливостей торгівлі від радянських часів до теперішнього часу. Визначено основні чинники, які впливають на побудову управлінського обліку та контролю, описана технологія торгового процесу, під впливом якої формується організаційна структура торгового підприємства.*

*Essence and trade specific is reflected, conducted analysis of trade features from soviet times to the present tense. Certainly basic factors which influence on the construction of administrative account and control, described technology of point-of-sale process which the organizational structure of point-of-sale enterprise is formed under act of.*

*Ключові слова: торгівля, торговий процес, управлінський облік та контроль.*

**Вступ.** Сучасна ринкова економіка на певних етапах розвитку трансформувала у всіх галузях багато елементів, серед яких є і сфера торгівлі. Торгівля була специфічною сферою діяльності ще в давні історичні часи, яка спрямовувалася на задоволення потреб населення.

При розгляді сутності торгівлі значна увага, в першу чергу, приділяється методології дослідження. Економіко-теоретичний підхід спрямований на дослідження розвитку економічних явищ та процесів завдяки пізнанню економічних відносин.

Сутність економічних відносин більшість дослідників трактували з певною відмінністю, яка проявлялася у теоретико-методологічних підходах щодо бачення проблеми співвідношення продуктивних сил, виробничих відносин і надбудови суспільства.

Особливістю економічних відносин є те, що вони мають прояв в досить широкому змісті як категорія, через що увага автора приділяється дослідженню економічної природи торгівлі та особливостям торговельних відносин як одній з конкретних форм системи економічних відносин.

Метою дослідження було розкриття особливостей торгових підприємств, проведення їхнього аналізу та дослідження факторів, які впливають на побудову управлінського обліку та контролю.

**Аналіз літературних джерел.** Проблематика торгівлі була предметом дослідження ряду вітчизняних і зарубіжних економістів, а саме: Л.В. Балабанова., А.С. Панфилов, Т.К. Серьогіна, Н. Ольве, Ж. Рой, М. Веттер та ін., особливості торгівлі були висвітлені наступними авторами: Полонский А. Н., Литвак Б.Г., Федорова Н.Н. та ін.

**Постановка завдання.** У процесі організації управлінського обліку торгових підприємств мають місце проблеми, які потребують додаткового дослідження, в зв'язку з цим метою написання даної статті є правильно сформована організаційна структура торгового підприємства, яка суттєво впливає на формування його фінансових результатів та побудову управлінського обліку.

**Результати.** В Україні в процесі поглинання ринкових реформ розвитку підприємництва і конкуренції здійснюється переоцінка ролі і значимості торгівлі в сфері економіки. Разом з тим, в зв'язку з дискусійним питанням про сутність торгівлі, виникає, на наш погляд, необхідність визначення і вивчення її змісту і специфіки.

Згідно з економічною енциклопедією визначення торгівлі є таким: торгівля – це форма обміну продуктами праці й послугами, історично зумовлена виникненням і розвитком товарного виробництва [2]. В словнику сучасної економіки Макміллана торгівля визначається як обмін товарами між індивідами або

групами, здійснюваний безпосередньо за допомогою бартеру, а також з використанням грошей [3]. В енциклопедії українознавства під торгівлею розуміється галузь народного господарства, яка забезпечує обіг товарів, просування їх із сфери виробництва в сферу споживання на основі купівлі-продажу [4]. Л.В. Балабанова доводить, що торгівля, у системі галузей економіки, є особливою ланкою, яка пов'язує виробників і споживачів продукції, що обумовлює відмінність торговельних підприємств від підприємств інших галузей. Для галузі торгівлі характерно максимальне використання ринкових і фінансових механізмів, за яких самостійність підприємств у здійсненні торговельно-виробничого процесу, відповідно до попиту споживачів, є найбільшою [1, с. 28].

А.С. Панфилов і Т.К. Серьогіна вказують: “Потрібно мати на увазі, що термін “торгівля” має двояке значення: по-перше, як самостійна галузь економіки; по-друге, як торгові процеси, скеровані на здійснення актів купівлі-продажу з ціллю отримання і задоволення попиту споживачів” [6].

Більшість дослідників вважають, що торгівля (представлена двома основними ланками – оптовою і роздрібною) являється важливою формою комерційного посередництва, більше того – “основною формою вираження сутності комерційно-посередницької діяльності, яка сприяє активному регулюванню процесів переміщення і накопичення продукції в просторі і в часі [8, 9].” Безпосередньо під торгівлею автори дослідження “Внутрішня торгівля” – Ольве Н., Рой Ж., Веттер М. – розуміють “...купівлю товару і його перепродажу без внесення в нього вагомих матеріальних змін [5].”

Усі ці визначення абстрагуються від економічної теорії, яка те чи інше економічне явище визначає в органічному зв'язку з позаекономічними науками. Враховуючи останнє, ми пропонуємо визначати торгівлю як галузь економіки, яка реально функціонує формальними і неформальними правилами і нормами як необхідна та ефективна складова сфери обігу, об'єктом діяльності якої є товарний обмін у формі купівлі-продажу товарів та надання усіх необхідних для цього процесу послуг як виробникам товарів, так і їх покупцям.

В перші роки розпаду Радянського Союзу на ринку споживачів відбулися суттєві зміни, які дослідив та обгрунтував Полонский А. Н., який виділив наступні особливості:

“По-перше, виникла велика поляризація грошових доходів за групами населення, яка разом із зростанням цін на товари обумовила суттєві зміни в структурі товарообороту, в складі покупок населення...

По-друге, грошові кошти “осідають” на руках у населення. Це викликано не тільки поляризацією доходів, а й необхідністю для сімей із малими доходами накопичувати засоби для купівлі найбільш необхідного одягу, взуття, та предметів домашнього споживання.

По-третє. Навіть при значному зростанні цін, які мали б врівноважувати попит і пропозицію, не вистачало багатьох товарів в тому числі: м'ясних продуктів, цукру, рослинного масла, виробів дитячого асортименту. Одна із причин цього була виражена загостреною нестачею оборотних засобів торговельних організацій, викликаною підвищенням цін. Оборотні засоби також обезцінилися, але не були відновлені...

По-четверте. Основною причиною зростання цін є відсутність конкуренції товаровиробників – головного фактору становлення ринку...

По-п'яте. Підвищилася частка приватної торгівлі, яка не мала відповідної якості як товарів, так і обслуговування.

По-шосте. Змінилися терміни обороту товарів, що характеризує нові тенденції в їх реалізації, але насиченість ходовим асортиментом товарів більш повна.”

Таким чином, зазначає Полонский А. Н., нормальне задоволення попиту може відбуватися і при зниженні рівня запасів (маючи свої межі) завдяки швидкій доставці товарів у магазини, не залучаючи зайвих посередників, швидкому реагуванню на зміну попиту, компетентному управлінню в самій системі роздрібною та оптовою торгівлі, їх чіткій взаємодії [7, с. 37].

В умовах трансформації ринкових відносин торгівля набуває якісного розвитку. Економічна теорія пов'язує цей розвиток з такими основними процесами, як:

- фактори виробництва (праця, земля, капітал) стають об'єктами ринкового обміну;
- гроші набувають якісного розвитку та впливають на зміну інфраструктури ринку, що забезпечує функціонування грошової системи.

Отже, виникає потреба в такій торгівлі, яка б мала еквівалентні відносини покупців і продавців, вільний вибір постачальників, наявність конкурентів як між виробниками, так і між споживачами тощо. Обов'язковістю торговельних відносин за умов ринкової економіки є усвідомлення важливої ролі при доведенні товару з найнижчими витратами від виробника до споживача, тобто обов'язковою безперервності процесу виробництва, а також постійна орієнтація на поєднання інтересів не лише галузевих, а й міжгалузевих для забезпечення їх постійного відтворення.

На сьогоднішній день підприємства торгівлі в Україні займають одне з найперших місць за своєю кількістю серед підприємств і організацій єдиного державного реєстру (рис. 1).

Така ситуація свідчить про те, що торговельна мережа набуває великого значення для всіх підприємств як в процесі задоволення попиту споживачів, так і в ринковій трансформації. Саме завдяки їй досконалому розвитку та оптимальному розміщенню відбувається розвиток соціальної інфраструктури, де важливе значення має розташування підприємств торгівлі.

Таке розташування повинно враховувати не лише кількість та масштаби торговельних підприємств, а й зручність доступу до цих об'єктів торгівлі.

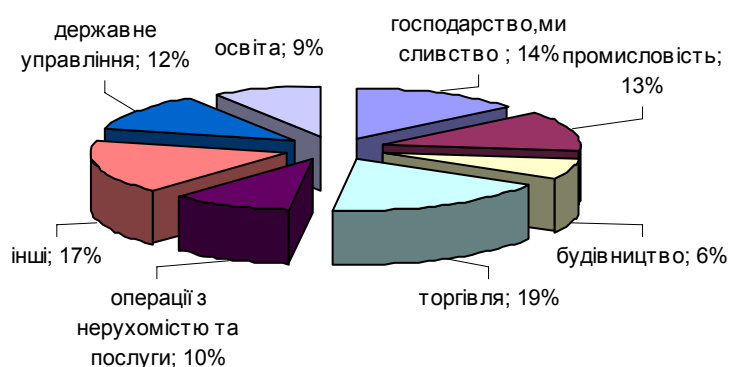


Рис. 1. Структура суб'єктів ЄДРПОУ за видами економічної діяльності (станом на 1 квітня 2010 р.; %)

Отже, підприємство торгівлі є основною ланкою сфери обігу, яке володіє господарською і юридичною самостійністю, здійснює просування товарів від виробника до споживача шляхом купівлі-продажу.

Організаційна структура торгового підприємства досить суттєво впливає на економіку і, зокрема, на побудову управлінського обліку. Кожне торгове підприємство складається з певних торгових підрозділів, цехів, органів управління і організацій. Західна система дистрибуції істотно відрізняється своєю структурою організації: мерчендайзер, торговий представник, супервайзер, територіальний менеджер (директор філіалу чи представництва), регіональний директор, національний директор. Сукупність цих складових складають організаційну структуру підприємства. Достатньо проста, але дуже ефективна схема з чітким розумінням функцій кожної ланки в "ланцюжку" та розподілом певних зон відповідальності і обов'язків.

Існують різноманітні комбінації руху збуту продукції за структурними підрозділами, але їх маршрут залежить від технології, особливостей торгового процесу. Залежно від цього підприємство самостійно обирає метод обліку витрат та доходу, який залежить від цілої низки чинників, а саме: галузевої належності, розміру використовуваної технології, асортименту продукції, тобто від індивідуальних специфічних особливостей підприємства.

У вітчизняній літературі досліджувались загальні аспекти проблеми, пов'язаної з визначенням основних чинників, які впливають на побудову внутрішньогосподарського обліку, однак недостатньо наукових досліджень, які б розкривали особливості та вплив технології торгових підприємств на побудову управлінського обліку.

На побудову управлінського обліку, доходів і витрат впливає, в першу чергу, технологія робочого процесу, під впливом якої формується організаційна структура торгового процесу. При цьому структура торгового процесу визначає організаційну структуру підприємства. Загальна теорія управлінського обліку виділяє основні (головне підприємство) і обслуговуючі (представництва та окремі дистрибутори) центри відповідальності.

Важливим напрямом покращення інформаційного забезпечення управління даними про витрати та результати діяльності у торговельній діяльності є облік і контроль за центрами витрат, видами діяльності, стадіями та факторами торгового процесу.

Згідно з організаційною структурою слід вести групування центрів відповідальності за місцями їх виникнення, яке повинно відображати структурні особливості (ієрархію торгових підрозділів, відділів, служб) на кожному рівні управління. Облік за центрами відповідальності має контрольно-аналітичний характер, а тому його використання для оптимізації обліку і контролю в управлінні торгівлею має особливе значення. За центрами відповідальності здійснюють аналітичне порівняння виявлених в обліку витрат з доходами відповідних підрозділів. З метою визначення доцільності та ефективності діяльності торгових підрозділів попередньо розробляють бюджети для кожного з них. Після здійснення господарської діяльності складають звіти про економічні результати, які призначені для оцінки діяльності підрозділів підприємства, а саме для прийняття короткострокових управлінських рішень і для забезпечення комунікаційних зв'язків між підрозділами. Оперативне здійснення аналізу дозволяє визначити основні види відхилень та осіб, що за них відповідальні.

Важливість переходу до планування, обліку і контролю витрат за місцями виникнення викликана необхідністю створення умов, при яких функціональні служби та структурні підрозділи підприємств несли б відповідальність за економічні результати роботи, і, перш за все, за виконання робочої програми зі скорочення окремих статей витрат. Однак, крім групування та контролю витрат за місцями виникнення і видами продукції, підприємства повинні здійснювати групування і контроль витрат за етапами робочого процесу. Так, при здійсненні торговельної діяльності торгові відділи виконують функції по збуту продукції;

відділи маркетингу проводять діяльність щодо управління зв'язками з партнерами; відділи логістики, в свою чергу слідкують, за відвантаженням та вивезенням продукції; умовами зберігання її на складах і т.д.

У такій відповідності технологічної та організаційної структур міститися подальше поглиблення обліку, планування, контролю та аналізу за технологічними процесами та центрами відповідальності.

В умовах посилення контролю за витратами у процесі збуту продукції повинен змінитись і порядок організації: замість здійснення наступного контролю за продажем конкретного виду продукції шляхом співставлення з минулим періодом і плановим, слід організувати оперативний контроль за правильністю просування продукції з одного робочого процесу в інший (процес відвантаження, складування та вивезення); за стадіями продажу продукції шляхом співсталення з планами і виявлення причин відхилень та винних осіб. Такий підхід до проблеми збуту продукції підвищить роль планового і фактичного показників продажу продукції в управлінні торгівлею.

Як показав досвід роботи торгових підприємств при використанні такого підходу створюються передумови для прийняття оптимальних рішень на стадіях планування і організації, а у подальшому – оперативного контролю формування показника збуту продукції та управління витратами.

**Висновки.** При розробці стратегічних завдань збуту продукції технологічні процеси виконуються спеціалізованими колективами. При цьому колективи співпадають з відповідними технологічними процесами і можуть бути об'єктами обліку і контролю витрат. Кожен із цих структурних підрозділів здійснює цілком конкретну виробничу діяльність. При цьому відповідність технологічної і організаційної структур торгового підприємства, планування витрат за торговими процесами забезпечує єдність планів збуту продукції з поставленими завданнями його структурних підрозділів.

Побудова обліку витрат згідно з технологією та організаційною структурою підприємства дає змогу пов'язати діяльність та відповідальність конкретних осіб (начальника відділу, супервайзера, торгового представника, мерчендайзера) з витратами підприємства. Так, доцільне здійснення обліку і контролю за окремими торговими процесами, а кожного процесу – за роботою певних осіб. Облік витрат на торгових підприємствах доцільно вести за наступними основними торговими процесами: початкові роботи (відвантаження), зберігання продукції на складах (складування), транспортування продукції (вивезення), процеси пов'язані з продажем (мерчендайзинг тощо). Така деталізація дозволить співставити понесені витрати з виконаним обсягом робіт, дозволить отримати необхідну для контролю за рівнем витрат інформацію за відділами чи підрозділами, процесами, роботами, окремими працівниками і відповідальними особами.

В сучасних умовах автоматизації торгівлі виникає необхідність вести щоденний облік звітності кожного окремого процесу, витрат за окремими відділами або навіть відповідальними особами.

У системі управлінського обліку змінюються форми звітності, терміни і адресати їх подання. Якщо раніше звітність направлялась переважно у вищі інстанції, то з переходом на економічні методи управління основними користувачами такої інформації стають керівники підрозділів, відділів, супервайзери та інші особи, відповідальні за діяльність окремих ланок торгового підприємства. Найбільш повну розгорнуту інформацію слід направляти керівникам структурних підрозділів (відділів) і іншим особам нижчого рівня управління. Особам вищого рівня управління слід надавати менш детальну звітність. При цьому з метою оперативного управління доцільно здійснювати перехід на декадну і добову звітність підприємства. Систему бухгалтерського первинного обліку слід ввести в сферу оперативного управління підприємством для більш тісної взаємодії з системою управління.

З метою визначення ефективності діяльності доцільно періодично для кожного місця виникнення витрат складати звітність. Виявлені відхилення від запланованих показників дадуть можливість визначити конкретні їх причини та відповідальні особи. Отже, з метою ефективного управління велике значення має удосконалення системи обліку за місцями формування витрат і центрами відповідальності. Здійснення планування, обліку, аналізу, прогнозування, регулювання і контролю за вказаними напрямками буде сприяти удосконаленню системи обліку і зокрема управлінського, що дозволить своєчасно приймати оптимальні управлінські рішення щодо регулювання витрат і своєчасно впливати на їх "поведінку". Крім того, використання комплексної інформації буде сприяти ефективному управлінню витратами.

### Література

1. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент : [навч. посібник (друге видання, доповнена і перероблена) / під ред. Л.В. Балабанової]. – [2-е вид., доп. і перероб.]. – Донецьк : Дон дует, 2002. – 290 с.
2. Економічна енциклопедія . Наукова література : т. 2 / [під ред. Гаврилишин Б.Г., Мочерний С. В., Устенко О. А.]. – ВЦ "Академія", 2001.
3. Енциклопедія Макміллан: The Macmillan Encyclopedia. – Лондон : Макміллан Лімітед, 1985.
4. Енциклопедія українознавства: – Вид-во Інститут Української археографії АН, 1994. – 400 с.
5. Ольве Н. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей : / Н. Ольве, Ж. Рой, М. Веттер; [пер. с англ.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 304 с.

6. Панфилов А.С. Системный подход в организации управления предприятием / А.С. Панфилов. – М. : Знание, 1989. – 114 с.
7. Полонский А. Н. Планирование деятельности предприятия торговли : [учеб. пособие для студ. спец. 7.050107 «Экономика предприятия» дневной и заочной формы обучения] / Полонский А.Н., Садеков А.А., Гасило Е.А. – Донецк : ДонГУЭТ, 2004. – 233 с.
8. Литвак Б.Г. Экспертные технологи в управлении : [учеб. пособ.] / Б.Г. Литвак. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Дело, 2004. – 400 с.
9. Федорова Н.Н. Организационная структура управления предприятием : [учеб. пособ.] / Н.Н. Федорова. – М. : ТК Велби, 2003. – 256 с.

Надійшла 15.08.2010

УДК 631.1:633.1

А. М. КРАВЦОВА, О. Л. РУДА, М. О. КУДЛАСНКО  
Вінницький національний аграрний університет

## ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА В УКРАЇНІ

*В статті виявлено тенденції зернового ринку в умовах кризи, виокремлено фактори впливу на зміну рівня рентабельності виробництва зерна в Україні, уточнено причини її зниження. Запропоновано інноваційні шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції українських зерновиробників як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.*

*The article proved the corn market during the crisis highlights the factors influencing change in profitability of grain production in Ukraine, clarified the reasons for its decline. An innovative ways of increasing the competitiveness of Ukrainian wheat-makers both domestic and foreign market.*

*Ключові слова: виробництво зерна, збут зерна, ціна, агропромисловий комплекс, рентабельність, фактори впливу.*

**Вступ.** Зернове виробництво та збут зерна мають важливе значення для розвитку національної економіки, забезпечення продовольчої безпеки держави та є головним чинником подальшого розвитку інтеграційних процесів на етапі входження України у світовий економічний простір. На сьогодні у світі виділяють три головні ресурси, які визначають перспективи розвитку країн на майбутнє: питна вода, зерно та нафта. Україна входить в десятку найбільших виробників і експортерів зерна. Зерно є одним із найрентабельніших видів сільськогосподарської продукції, займає більше половини посівних площ і забезпечує значну частину доходів сільськогосподарських підприємств.

Об'єктивна необхідність розвитку виробництва та збуту зерна зумовлена цілим комплексом причин. По-перше, зерно є найважливішим продуктом, що визначає міжгалузеві пропорції не тільки в агропромисловому виробництві, але й в економіці країни в цілому. Хліб є одним з основних продуктів харчування. На продукти переробки зерна припадає до 40% загальної калорійності харчового раціону населення. По-друге, виробництво зерна є найважливішим джерелом доходів переважної більшості сільськогосподарських підприємств. По-третє, зерно складає значну частину кормових ресурсів тваринництва і є сировиною для харчової та переробної промисловості [2, с. 14].

**Постановка завдання.** Науково-теоретичні та практичні аспекти розвитку виробництва та збуту зерна відображені в працях таких авторів: Гаркавенко Ю., Жигадло В., Макаренко П., Маслака О., Онди О., Радченко М., Сидоренко О., Товстоп'ята А. та інших. Однак, залишаються невирішеними проблеми підвищення рівня рентабельності виробництва зерна в Україні.

Метою дослідження є виявлення тенденцій зернового ринку в умовах кризи, виокремлення факторів впливу та уточнення причин зниження рентабельності виробництва зерна в Україні задля підвищення конкурентоспроможності продукції українських зерновиробників як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

**Результати.** Зерновий сектор є фундаментом для більшості галузей агропромислового комплексу України, істотно впливає на добробут сільського населення і розвиток сільських територій. Люди, селяни, які вирощують зерно, повинні отримувати європейські доходи [4].

Проте останнім часом розвиток зернопродуктового підкомплексу не відзначається стабільністю. Основними проблемами цього є ціноутворення і ринок; зростання виробничих витрат і зниження цінової конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції; дисфункціональність ринкової інфраструктури; недосконалість ринку, механізму його регулювання і саморегулювання. Проблема цінової політики залишається не врегульованою. Характер формування середніх реалізаційних цін на зерно сільськогосподарських підприємств формується довільно комерційними структурами. Ціновий фактор є основним, внаслідок якого рентабельність виробництва зерна стала нижчою.

Нестійкість виробництва поряд з іншими факторами призводить до коливання рівня затрат на 1 га посіву, собівартості одиниці продукції, а недосконалість цінової політики – до зниження прибутковості та рентабельності.