

елементів системи управління, при якому кожний учасник зможе своєчасно отримати достовірну первинну інформацію про стан і рух всіх активів та зобов'язань.

1. Гуцайлюк З.В. Ще раз про місце та роль управлінського обліку в інформаційній системі господарюючих суб'єктів // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – №12. – С.15-24.

2. Кузнєцова С.А. Організація облікової інформації в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання. – Мелітополь: ТОВ «Вид. будинок МТД», 2008. – 224 с.

3. Рудницький В.С., Лазаришина І.Д., Бачинський В.І., Поліщук В.Л. Організація первинного обліку та економічного аналізу на прикладі підприємств торгівлі. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 480 с.

4. Муравський В. Відмова від первинного документування як чинник інтеграції повністю автоматизованої системи обліку // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – №10. – С.35-42.

5. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України №851-IV від 22.05.2003 р. зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>.

6. Про електронний цифровий підпис: Закон України №852-IV від 22.05.2003 р. зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/fpart91/idx91106.htm>.

7. Мельник Т. Податкова звітність в електронному вигляді: теорія та практика // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – №10. – С.43-47.

Отримано 29.09.2009

УДК 657.65

Н.М.ГОЛУБ

Київський національний торговельно-економічний університет

ДО ПИТАННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ

Проаналізовано сучасний стан підприємств торгівлі, визначено внутрішні та зовнішні кризові чинники та наведено резерви зростання доходів підприємств торгівлі.

Проанализировано современное состояние предприятий торговли, определены внутренние и внешние кризисные факторы и приведены резервы роста доходов предприятий торговли.

Trade enterprises economic situation is analyzed in the paper, internal and external crisis factors are determined and reserves of revenue increasing of trade enterprises are shown.

Ключові слова: дохід, антикризові заходи, зовнішні та внутрішні фактори, роздрібний товарообіг.

У нинішніх економічних умовах, в яких опинились вітчизняні підприємства, питання отримання доходу є найактуальнішою проблемою. Від того, який дохід отримає підприємство, залежить те, чи зможе воно розраховуватись з боргами, вчасно виплачувати заробітну плату своїм працівникам, поповнювати свої обігові кошти, здійснювати вкладення у відповідні інвестиційні проекти.

Крім того, дохід, який отримує підприємство, є базою для його оподаткування, а податок на прибуток – джерелом поповнення Державного бюджету України. Дефіцитність останнього значною мірою залежить від того, який прибуток отримують вітчизняні підприємства. Адже, за даними Міністерства фінансів України, доходи Зведеного бюджету за січень-листопад 2008 р. в основному були сформовані за рахунок податкових надходжень (77,9% від загальної суми доходів) [5].

Не дивлячись на те, що питанню управління доходами підприємства присвячено велику кількість праць таких дослідників як І.Бланк, А.Мазаракі, Л.Лігоненко [2-4], керівники підприємств досить часто здійснюють неефективне управління ним.

З огляду на це, метою даного дослідження є аналіз сучасного стану підприємств торгівлі, виявлення причин їх кризового стану та розробка заходів антикризового управління.

Для аналізу сучасного стану підприємств торгівлі доцільно навести деякі економічні показники.

Так, фінансовий результат підприємств від звичайної діяльності до оподаткування (крім малих, сільськогосподарських підприємств та установ, що утримуються за рахунок бюджету) за січень-листопад 2008 р. становив 83,4 млрд. грн. Проте, лише протягом січня-листопада 2008 р. збитково працювало 34,9% підприємств, що на 2,8% більше, ніж за відповідний період 2007 р.

Обсяг роздрібного товарообігу підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, за 2008 р. становив 243,9 млрд. грн., що у порівнянних цінах на 17,9% більше обсягу 2007 р. Проте, якщо порівняти відповідні показники попередніх років, спостерігаємо тенденцію до зниження майже у два рази (в 2007 р. на 34,9% більше обсягу 2006 р.) [5].

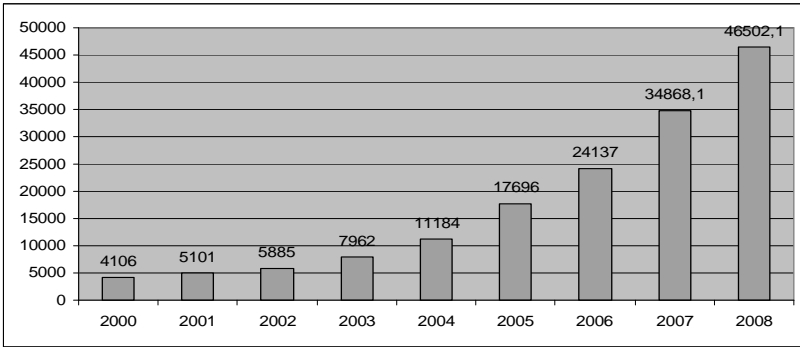
Хоча статистичні дані останніх років (рисунок) свідчать про зростання роздрібного товарообігу, на наше переконання більшість підприємств несуть збитки вже сьогодні.

У зв'язку з цим виникає необхідність вжиття антикризових заходів підприємствами торгівлі.

Залежно від місця виникнення виділяють внутрішні та зовнішні кризові фактори. Зовнішні чинники не залежать від діяльності підприємства, а обумовлюються станом зовнішнього оточення.

Серед зовнішніх факторів слід виділити такі, як економічна стратегія та політика діяльності на зовнішніх ринках, розвиток контактів на міждержавному рівні, характер державного регулювання економіки, обсяги державного замовлення та фінансування, інвестиційний клімат

ТОЩО.



Роздрібний товарооборот (м.Київ), млн. грн.

Хоча вищеперелічені фактори створюють загальні передумови погіршення ситуації, однак, при відповідній організації управління та прийнятті необхідних рішень, підприємство має всі можливості уникнути банкрутства.

Внутрішні чинники залежать від діяльності підприємства, проваються певними рішеннями, подіями або внутрішнім станом системи. Зупинемось на них детальніше.

Первинним внутрішнім фактором, який є головною першопричиною розвитку кризи, англійські фахівці вважають погане керівництво. Виокремлюють такі недоліки, які зумовлюють кризовий тип менеджменту:

- ✓ владний стан керівників;
- ✓ недостатні знання керівництва;
- ✓ незбалансована адміністративна команда;
- ✓ команда, яка погано працює;
- ✓ відсутність стратегічного підходу;
- ✓ слабка дисципліна;
- ✓ аморальність та недостатність ентузіазму.

Типовою причиною краху підприємств є погане планування та прийняття невірних рішень. Коли керівники не планують роботу своєї компанії заздалегідь, вони не в змозі вчасно реагувати на зміни та часто приймають невірні рішення. В свою чергу, недостатній контроль з боку керівництва обумовлює дефіцит необхідної інформації про стан підприємства в цілому.

Але, розгортання кризи є результатом спільної дії обох видів факторів, частка впливу яких може бути різною. Як свідчать зарубіжні

дослідження, в розвинених країнах із стійкою економічною і політичною системою до банкрутства на третину призводять зовнішні фактори, решта – наслідки внутрішніх чинників [1].

Л.О.Лігоненко проведено дослідження, за даними якого понад 80% реципієнтів (керівників та спеціалістів України) визначають головною причиною кризового стану саме дію зовнішніх факторів, а не власну неспроможність до ефективного ведення бізнесу [3].

Розробка антикризових заходів включає в себе виявлення резервів підвищення прибутковості діяльності підприємства. Виділяють наступні резерви зростання доходів з основної діяльності підприємств торгівлі [2]:

1. За рахунок зниження ціни закупівлі товарів:

- скорочення кількості посередників в процесі закупівлі товарів, які не потребують тривалого періоду зберігання. Найбільш низький рівень цін може бути забезпечений за рахунок закупівлі товарів безпосередньо у виробників;
- закупівля окремих товарів за кордоном при сприятливому співвідношенні курсів національної та іноземної валют;
- використання системи цінових знижок при закупівлі товарів. В першу чергу, знижки мають залежати від кількості та суми закупленого товару, а також мають надаватися постійним партнерам;
- закупівля партій товарів на сезонних розпродажах. Такий захід є доцільним в тому разі, коли існує можливість зберігання товарів та впевненість у послідуочій їх реалізації;
- розвиток власного виробництва товарів;
- здійснення товарообмінних операцій при сприятливому співвідношенні цін.

2. За рахунок збільшення ціни реалізації товарів:

- збільшення реалізації найбільш популярних товарів;
- розширення продажу сезонних товарів на початку сезону;
- експорт конкурентноздатних товарів при сприятливому співвідношенні курсів національної та іноземної валют;
- здійснення ефективної цінової політики;
- продаж окремих груп товарів на аукціонах, біржах.

3. За рахунок збільшення кількості реалізованих товарів:

- здійснення ефективної маркетингової політики;
- вжиття ефективних рекламних заходів;
- надання споживчого кредиту при реалізації товарів.

Таким чином, впровадження в практику послідовних дій з антикризового управління та системи антикризових заходів дозволить ви-

вести підприємства торгівлі з кризи та стимулюватиме їх до подальшого розвитку та вдосконалення.

1. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г.П.Иванова. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. – 320 с.

2. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.

3. Лігоненко Л.О. Антикризисне управління підприємством: теоретико – методологічні засади та практичний інструментарій. – К.: Київ. нац.торг.-екон.ун-т, 2001. – 580 с.

4. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства / За ред. проф. Н.М.Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.

5. Держкомстат України // ukrstat.gov.ua.

Отримано 29.09.2009

УДК 339.13 : 338.2

А.С.КРУТОВА, канд. екон. наук

Харківський державний університет харчування та торгівлі

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Розглядаються питання впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток торгівлі. Надається визначення торгівлі як складної організаційної системи, що забезпечує свою діяльність з організації товарообігу за допомогою великої кількості різноспрямованих економічних зв'язків, нових логістичних схем та сучасних торговельних форматів.

Рассматриваются вопросы влияния современных информационно-коммуникационных технологий на развитие торговли. Дается определение торговли как сложной организационной системы, обеспечивающей деятельность по организации товарооборота при помощи большого числа разнонаправленных экономических связей, новых логистических схем и современных торговых форматов.

Issues of modern ICT influence on trade development have been reviewed. The definition of trade as a complex organizational system that secures commodity circulation organizational activity with a help of numerous multidirectional economic relations, novel logistic schemes and modern trade formats has been provided.

Ключові слова: інформаційне суспільство, нові торговельні формати, дефініція торгівлі, мінова торгівля, попит та пропозиція, глобалізація.

Побудова орієнтованого на інтереси людей, відкритого для всіх і спрямованого на розвиток інформаційного суспільства є одним з головних пріоритетів України [1]. Наша держава має власну історію розвитку базових засад інформаційного суспільства: діяльність всесвітньо відомої школи кібернетики; формування на початку 90-х років минулого століття концепції та програми інформатизації; створення різноманітних інформаційно-комунікаційних технологій і загальнодержавних інформаційно-аналітичних систем різного рівня та призначення.