

2014/95/ЄС щодо розкриття нефінансової і диверсифікованої інформації деякими великими компаніями і групами вимагає від вітчизняних підприємств розкриття нефінансових показників в інтегрованих звітах та забезпечення їх аудиторської перевірки.

Зважаючи на цей факт, важливим є імплементації інтегрованої звітності в Україні, що дозволить українським компаніям розпочати підготовку звітності з врахуванням нефінансових індикаторів, приділити більше уваги політиці розкриття еколого-соціально-економічних заходів у звітності, що сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості бізнесу, активізації просторово-екологічної свідомості бізнесу, підвищенню рівня життя населення та забезпеченню дотримання гарантованих державою соціальних стандартів. Оновлена прозора інтегрована обліково-звітна система стане базисом підвищення рівня корпоративної етики, створення ефективних механізмів запобігання корупції, виявлення корупційних ризиків та організації контролю за дотриманням правил доброчесності, об'єктивності та неупередженості.

Таким чином, для запровадження інтегрованої звітності першочерговим є уніфікація процедур інтегрованої облікової політики та систематизація підходів до формування її розділів, шляхом погодження розрізів соціо-екологічних та фінансовоекономічних показників, розробки методики збору інформації та визначення її відповідності стандартам сталого розвитку.

Розробка новітніх концептуальних засад руху інформаційних потоків в інтегрованій інформаційно-аналітичній системі управління підприємством для розкриття інформації про фінансовий, виробничий, інтелектуальний, соціально-репутаційний, людський та природний капітали в інтегрованій звітності, що дозволить забезпечити якісно новий рівень формування інформаційного масиву обліково-звітних даних для вирішення оперативних питань управління капіталами суб'єкта господарювання в бізнес-моделі створення доданої вартості та оптимізації структури капіталу.

ТЕХНОЛОГІЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ В ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Носач Н. М., асп., Харківський державний університет харчування та торгівлі

Передумовами ефективного функціонування та сталого розвитку підприємств роздрібною торгівлі за ринкової турбулентності, що посилюється і прогресує в міру розвитку глобалізаційних процесів, появи нових форматів торгівлі, зростання насиченості ринку і конкуренції, є модернізація системи управління та розвиток торговельної діяльності на засадах підвищення її ефективності.

Під ефективністю реалізації товарів в підприємствах роздрібною торгівлі слід розуміти кількісне вираження продуктивності цього процесу на підставі

системи показників, які характеризують співвідношення результатів реалізації із витратами на її здійснення та обсягом задіяних ресурсів, і свідчать про їх зміну.

Підвищення рівня ефективності реалізації товарів стає можливим шляхом практичної реалізації виявлених в процесі оцінки потенційних можливостей покращення товарного забезпечення роздрібного товарообороту, складу і структури ресурсів підприємства, підвищення їх рентабельності та прискорення оборотності. Подібна оцінка базується на певних принципах (основними з яких, на нашу думку, є системність, комплексність, достовірність, об'єктивність, релевантність, оперативність, науковість, співставність, адекватність), і спирається на дотримання певної технології.

Під технологією оцінки ефективності реалізації товарів в підприємствах роздрібної торгівлі слід розуміти комплекс теоретико-методичних знань, послідовно втілених під час виконання певних аналітичних процедур, що здійснюються із застосуванням визначеної системи показників та відповідного методичного інструментарію, задля виявлення резервів і формування пропозицій з підвищення обсягу реалізації товарів та рівня ефективності торговельної діяльності, і передбачає послідовну реалізацію наступних етапів:

- визначення мети оцінки ефективності реалізації товарів в підприємствах роздрібної торгівлі;
- формування системи показників оцінки ефективності реалізації товарів;
- вибір методичного інструментарію оцінки ефективності реалізації товарів;
- моделювання та кількісна оцінка причин зміни обсягу роздрібного товарообороту та рівня ефективності реалізації товарів;
- виявлення резервів покращення складу і структури ресурсів підприємства, підвищення їх рентабельності та прискорення оборотності;
- формування пропозицій щодо практичної реалізації залучення виявлених резервів підвищення обсягу роздрібного товарообороту та рівня ефективності реалізації товарів.

Метою оцінки, на нашу думку, є пошук потенційних можливостей і розробка дієвих заходів з практичної реалізації виявлених резервів збільшення обсягу товарообороту та рівня ефективності реалізації товарів в підприємствах роздрібної торгівлі.

З огляду на те, що споживачі, реалізуючи свої інтереси, справляють визначальний вплив на функціонування підприємств на ринку, зокрема при укладанні угод, виборі сегмента ринку, організації збуту і продажу товарів, формуванні асортиментної та цінової політики, для потреб оцінки рівня ефективності реалізації товарів в підприємствах роздрібної торгівлі пропонуємо використовувати систему абсолютних та відносних показників, що поєднані в блоки, залежно від основних торговельних процесів і операцій:

Блок 1 – «Показники формування товарного асортименту» (широта асортименту, глибина асортименту, коефіцієнт оновлення асортименту, коефіцієнт стійкості асортименту);

Блок 2 – «Показники товарної пропозиції та забезпечення товарами» (індекс зростання товарообороту, приріст (скорочення) часу обігу товарів, ступінь відповідності товарних запасів нормативу, індекс виконання плану закупівель, ступінь виконання договірних зобов'язань постачальниками, ритмічність надходження товарів за асортиментом, коефіцієнт допустимого рівня якості товарів, індекс валового прибутку);

Блок 3 – «Показники оцінки формування та стимулювання попиту» (відповідність обсягу і структури товарної пропозиції обсягу і структурі купівельного попиту, ступінь оновлення асортименту, коефіцієнт завершеності покупки, обсяг і структура незадоволеного попиту, рентабельність рекламних заходів);

Блок 4 – «Показники результативності та економічності реалізації товарів» (приріст чистого доходу від реалізації товарів, приріст валового прибутку, приріст фінансового результату від реалізації товарів, співвідношення доходів та витрат на закупівлю та реалізацію товарів, темп зміни рентабельності продаж, темп зміни рентабельності оборотних активів, тривалість одного обороту дебіторської (кредиторської) заборгованості за товари).

Для обчислення і встановлення тенденцій та причин зміни показників ефективності реалізації товарів в підприємствах роздрібної торгівлі слід застосовувати традиційні (абсолютні та відносні величини, порівняння, індексний метод, методи детермінованого факторного аналізу тощо) та економіко-математичні методи, а саме – методи кореляційно-регресійного аналізу та матричні методи і моделі. Використання останніх дозволить також здійснювати комплексну оцінку ефективності реалізації товарів, що ґрунтується на моделюванні (з різним ступенем деталізації) взаємозв'язків між результатами, витратами та ресурсами підприємства, і формуванні інтегрального показника ефективності, виявляти причини його зміни та своєчасно надавати інформацію для обґрунтування управлінських рішень з його підвищення.

Для забезпечення інтегральної оцінки ефективності реалізації товарів в підприємствах роздрібної торгівлі пропонуємо розробляти матричну модель із дотриманням вимог впорядкованості та врівноваженості, а саме:

– в сукупність вихідних параметрів моделі включати рівне число показників результатів, витрат і ресурсів підприємства таким чином щоб кожен з них можливо було розглядати в якості ефекту по відношенню до наступних і в якості витрат чи ресурсів по відношенню до попередніх показників;

– стежити за збалансованістю розвитку параметрів моделі, тобто розташовувати показники відповідно до бажаного спадання темпів їх зростання керуючись принципом ступеня кінцевого ефекту і стратегією підприємства;

– використовувати для аналізу блокові оцінки торговельної діяльності, як рекомендують Х. Луур [1] та Дж. Альвер і Е. Старцева [2].

Безпосередньо для комплексної оцінки ефективності на підставі побудованої за визначеними вимогами матричної моделі може бути застосований будь-який метод дослідження, що підходить для вивчення взаємних впливів між основними результатами діяльності підприємства, але, на

наш погляд, найбільш перспективні можливості надає застосування індексних матриць і матриць абсолютного приросту. При цьому послідовність розрахунку інтегрального показника ефективності реалізації товарів передбачає наступні етапи:

- обчислення матриць якісних показників за базисний і звітний періоди;
- складання на основі матриць якісних показників матриці індексів якісних показників (матриці індексів змінної структури);
- визначення інтегрального показника ефективності за формулою середньої геометричної з індексів змінної структури, зростання яких характеризує підвищення ефективності діяльності.

Використання запропонованого підходу до оцінки ефективності реалізації товарів в підприємствах торгівлі дозволить адекватно відобразити динаміку ефективності господарювання і надасть можливість систематично отримувати інформацію про поточний стан торговельної діяльності, розбиратися в причинах зміни рівня її ефективності та своєчасно визначити напрямки їх вирішення, і як результат – оптимізувати управлінські рішення в сфері формування товарного асортименту і активізації інноваційних форм реалізації товарів.

Список використаних джерел:

1. Луур Х. Развитие концепции матричного моделирования поля эффективности / Х. Луур // Интенсификация и эффективность производства – Таллинн: ТГУ, 1989, вып. № 689. – С. 18-26.
2. Alver J., Startseva E. On Some Theoretical Developments and Applications of System Integrated Analysis Methodology for Evaluation of a Business Entity's Performance // Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Accounting and Finance, 20–21 May. – Bangkok, Thailand, 2013. – С. 131-134.

ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Оболенцева Л. В., канд. екон. наук, Харківський національний університет імені О. М. Бекетова

Сьогодні головними перешкодами на шляху забезпечення конкурентоспроможності української промисловості є вузькість внутрішнього ринку, фіскальна спрямованість податкової політики, відсутність стимулів інноваційної діяльності, недостатній рівень залучення інвестицій у промисловий сектор, тінізація економіки, поширення корупції, недосконалість державної промислової політики в межах забезпечення та захисту конкурентних переваг промислового комплексу України.

Менеджмент промислових підприємств має враховувати вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на їхню діяльність і своєчасно реагувати на виклики ринкового середовища, у якому відбувається жорстка конкурентна боротьба виробників товарів і послуг.