

Исходя из проведенного совмещенного ABC - и XYZ - анализа можно сделать вывод, что вся продукция ОАО «Могилевский мясокомбинат является конкурентоспособной и для лучшего его функционирования предприятию необходимо уделять внимание выпуску наиболее востребованной продукции: колбасным изделиям, полуфабрикатам и мясу. Так же, учитывая предпочтения потребителей, следует создавать необходимый страховой запас данной продукции, для удовлетворения постоянно меняющегося спроса у потребителей.



Ничкало Марія

студентка

Науковий керівник: Швець В. Є., доцент

Львівський національний університет ім. І. Франка
м. Львів, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ З ТОВАРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГУРТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Сьогодні підприємства України працюють в умовах жорсткої конкуренції, тому їх власникам необхідно контролювати усі процеси, які пов'язані з закупівлею, утриманням та реалізацією товарів для прийняття ефективних управлінських рішень.

Організацію економічного аналізу необхідно побудувати таким чином, щоб обліково-аналітична інформація могла бути отримана в будь-який час за будь-яким напрямом управління продажами товарів.

Дбаючи про поточну господарську діяльність, керівник підприємства, його власники, головні спеціалісти зобов'язані постійно думати про перспективу підприємства. Тільки така система управління може бути основою успішного розвитку підприємства.

Оскільки товарні операції для оптового торговельного підприємства є основною статтею оборотних коштів, за рахунок яких у процесі торговельної діяльності (обороту) підприємство отримує прибутки, які є метою та основою життєдіяльності будь-якого підприємства, то оперативний та достовірний облік і аналіз їх на підприємстві є також невід'ємною частиною управління підприємством, без якого не можливе досягнення цілей підприємства.

За останні роки здійснено ряд досліджень та публікацій присвячених питанням організації, економіки, управління, методології обліку й аналізу товарних операцій.

Висвітленням питань, пов'язаних з аналізом реалізації товарів та визначенням фінансових результатів, займалися вітчизняні та зарубіжні економісти. Найбільшу увагу даним проблемам приділяли вітчизняні вчені: Ф.Ф. Бутинць, А.М.

Герасимович, С.Ф. Голов, В.І. Єфименко, І.В. Жиглей, М.В. Кужельний, В.Г. Линник, В.М. Мурашко, В.М. Пархоменко, Л.К. Сук, В.Я. Савченко, В.В. Сопко та ін., а також зарубіжні вчені: П.С. Безруких, Д. Блейк, Б. Нідлза, В.Ф. Палій, Я.В. Соколов, Е.С. Хендерксен, Ч.Т. Хонгрэн.

Дослідження показують, що значна частина підприємств гуртової торгівлі після не тривалого періоду своєї діяльності стають збитковими або банкрутами. Причиною збиткової діяльності є неоперативні процеси управління товарним оборотом, відсутність системного аналізу товарообороту, виявлення в результаті аналізу неходових товарів, які не користуються попитом населення в регіоні діяльності торговельного підприємства.

Аналіз товарообороту виступає не тільки як інструмент оцінювання діяльності персоналу підприємства, а також використовується для прийняття необхідних заходів з коригування товарної стратегії підприємства, його асортиментної, цінової, маркетингової політики, політики закупівлі тощо. Товарообіг торговельного підприємства можна розглядати як: результат діяльності підприємства торгівлі, його економічний ефект та показник товарного споживання населення.

Показники товарообігу мають кількісну та якісну характеристики. Кількісна характеристика товарообігу – це обсяг реалізації у грошовому виразі, якісна – це структура товарообігу. Структура товарообігу – це частка окремих товарних груп у загальному обсязі реалізації.

Аналіз товарних операцій передбачає формування інформаційної бази, тобто сукупності відомостей, необхідних для прийняття управлінських рішень щодо обсягу та структури гуртового товарообороту.

Аналіз гуртового товарообороту починається з його аналізу за минулий період, оцінки прогнозу на перспективу та проводиться у декілька етапів:

1. Аналіз динаміки товарообігу.
2. Аналіз товарообігу за складом і структурою.
3. Аналіз товарообігу за внутрішньою асортиментною групою.
4. Факторний аналіз товарообігу:
 - а. Аналіз впливу товарного забезпечення на обсяг продажу.
 - б. Аналіз впливу швидкості обороту товарів на обсяг продажу.
5. Аналіз впливу зміни чисельності персоналу та продуктивності праці.
6. Вивчення залежності товарообігу від величини витрат на збут.
7. Оцінка критичного обсягу продажу.

Вивчення існуючих тенденцій та можливостей підприємства щодо реалізації товарів, визначення факторів, які позитивно чи негативно впливають на обсяг товарообороту підприємства, досягаються в процесі аналізу товарообороту, що передбачає проведення наступної аналітичної роботи:

- 1) Визначення загального обсягу товарообороту та аналіз ступеня виконання плану;
- 2) Аналіз динаміки загального обсягу товарообороту;
- 3) Аналіз товарно-групової структури товарообороту;
- 4) Аналіз складу товарообороту за його окремими видами;

- 5) Аналіз ритмічності та сезонності реалізації товарів;
- 6) Аналіз запасу фінансової стійкості підприємства.

Є також безліч зовнішніх та внутрішніх факторів, які здатні впливати на кількість та якість товарообороту підприємства.

Серед зовнішніх факторів можна виділити наступні:

1. Обсяги та структура споживчого ринку.
2. Обсяги та структура пропозиції споживчих товарів.
3. Державне регулювання торгівельної діяльності.

Але не менш важливими є й внутрішні фактори підприємства, основними з них можна назвати:

Загальна стратегія діяльності підприємства на споживчому ринку, яка розробляється, виходячи із стадії життєвого циклу підприємства, стану зовнішнього середовища, конкурентних переваг підприємства на певному сегменті споживчого ринку.

Спеціалізація (товарний профіль) підприємства. Даний фактор насамперед обумовлює асортиментну структуру товарообороту підприємства, тобто обсяги реалізації окремих груп товарів та співвідношення між ними.

Місцезнаходження підприємства. Для цього фактора обумовлює інтенсивність потоку потенційних покупців підприємства. Чим вища інтенсивність потоку покупців, тим більші обсяги товарообороту підприємства, і навпаки.

Цінова та маркетингова політика підприємства. Успіх підприємства значною мірою залежить від його цінової та маркетингової політики.

Забезпеченість товарообороту товарними ресурсами. Обсяг товарообороту підприємства залежить від наявності товарної пропозиції (надходження товарів та оновлення асортименту) і обсягів товарних запасів.

Забезпеченість товарообороту трудовими ресурсами. Одним із вагомих факторів, які обумовлюють обсяги товарообороту, є наявність персоналу відповідного складу та класифікації для реалізації товарів.

Аналізуючи вплив на товарооборот підприємства того чи іншого фактора, необхідно не тільки вивчати наслідок його впливу, а й можливості подальшого управління цим фактором.

Товарообіг на підприємствах торгівлі виражається сумою грошової виручки за продані товари, на підставі чого можна говорити про значимість даного підприємства на споживчому ринку.

Підходи економічного аналізу в практичній діяльності повинні реалізовуватись за такими основними етапами:

- створення аналітичного відділу, збір та обробка необхідної інформації з усіх рівнів управління;
- достовірність зовнішньої та внутрішньої інформації, її первинна обробка та співставлення;
- обробка інформації, підготовка та прийняття управлінських рішень, виявлення основної тенденції, визначення критеріїв та можливих альтернатив;
- організація та впровадження результатів, ліквідація виявлених недоліків діяльності економічної системи;

- розрахунок та контроль здійснених рішень фактичної ефективності їх реалізації.

Сучасні процеси інтеграції світової економіки зумовлюють необхідність у постійному удосконаленню єдиного набору правил, за допомогою яких учасники світових ринків торгівлі та інші користувачі інформації повинні приймати обґрунтовані економічні рішення. Такі рішення ґрунтуються на високоякісній, прозорій і зіставній інформації здатної відображати реальні економічні процеси і сприяти правильному їх тлумаченню. Проте, на сьогодні фінансові звіти включають принципи і процедури, які можуть варіювати від країни до країни і навіть у межах однієї країни, особливо в умовах наявності різних форм власності. Це негативно впливає на здійснення процедур фінансового аналізу, функцій управління і потребує дослідження і засвоєння багатьох нових економічних категорій, притаманних ринковим умовам, подальшого зближення національних стандартів бухгалтерського обліку і Міжнародних стандартів, методичного та законодавчого забезпечення обліково-аналітичної діяльності.

Таким чином, окрім фінансового, можна виділити декілька видів економічного аналізу, серед яких важливим є техніко-економічний аналіз. Техніко-економічний аналіз разом з методами функціонально-вартісного аналізу є ефективним важелем ринкової економіки. Результати цього виду аналізу дають змогу формувати уявлення у керівників підприємств, яких балансів можна очікувати при здійсненні тих чи інших управлінських рішень, спрямованих на продовження ефективної фази життєвого циклу підприємства чи переходу його на нову фазу розвитку. Такий підхід, на мою думку, посилить комплексність і дієвість економічного аналізу.

Список використаних джерел

1. Барабаш Н.С. Аналіз господарської діяльності: Навчальний посібник / Н.С. Барабаш. – К.: КНТЕУ, 2005. – 395 с.
2. Костенко Т. Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посіб. / Т. Д. Костенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.
3. Пархоменко В.М. Бухгалтерський облік, внутрішній контроль і економічний аналіз витрат на поліпшення якості продукції: проблеми теорії та методології (Текст): монографія / В.М.Пархоменко. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – ISBN 978-966-683-269-9/ – 560 с.
4. Економічний аналіз: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП Рута, 2003. – 680 с.

