

Рябук К. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тенденції розвитку сучасної вітчизняної економіки та зростаюча напруга конкурентної боротьби між галузевими підприємствами торгівлі зумовлюють посилення значення прогнозування, поточного планування, обліку, контролю й управління витратами, які безпосередньо впливають на фінансові результати діяльності. Підприємства торгівлі прогнозують величини витрат майбутніх періодів, виходячи з обсягів товарообороту, та порівнюють їх з цільовими або необхідними значеннями цих величин, що забезпечують ефективність та прибутковість здійснення операційної діяльності.

З моменту створення торговельного підприємства, його функціонування потребує здійснення витрат, які за характером виникнення поділяються на довготривалі та поточні. Довготривалі витрати пов'язані із: здійсненням інвестиційних вкладень, купівлею нових приміщень для торгових точок збуту, капітальним ремонтом, модернізацією торгово-технологічного обладнання, придбанням комп'ютерних програм, формуванням портфеля цінних паперів та ін. Сутність поточних витрат торговельних підприємств (витрат обігу) у натурально-речовому виразі являє собою сукупність спожитих матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, а у грошовому виразі – затрати на живу та уречевлену працю, спрямовані на здійснення торговельної діяльності, тобто доведення товарів від виробника до споживачів, перетворення виробничого асортименту на торговельний, організацію збутової політики [1].

З інтенсивним розвитком суспільного виробництва відбулася інтеграція торговельного і виробничого капіталів, що відображається, наприклад, в наявності у мережі магазинів роздрібною торгівлі своїх власних виробничих марок, або, навпаки, наявності у промислового підприємства власної збутової мережі. Необхідно зазначити, що витрати обігу таких підприємств враховуються на всіх стадіях ціноутворення: на підприємствах, де переважає

виробництво, до собівартості виготовленої продукції включаються витрати на збут, а на підприємствах роздрібного продажу – у роздрібну ціну включаються витрати роздрібної та оптової торгівлі [2].

Аналізуючи витрати обігу, необхідно враховувати те, що вони поділяються на чисті та додаткові. Чистими є витрати на збут, на облік діяльності підприємства та його звітність, управлінські витрати. Встановлено, що частка чистих витрат у підприємствах роздрібної торгівлі складає 60 % [1]. Додатковими є витрати на пакування, фасування та маркування товарів. Для зниження їх частки необхідно налагоджувати та удосконалювати матеріально-технічну базу торгівлі, розташовувати магазини територіально ближче до споживачів, підвищувати якість обслуговування та збільшувати кількість фасованих товарів.

Аналіз витрат обігу виконує наступні завдання: виявлення причин та тенденцій динаміки рівня витрат обігу; дослідження відповідності між фактичними загальними витратами та витратами по статтям і їх плановими значеннями; проведення факторного аналізу кількісного впливу ключових показників на зміну поточних витрат; пошук шляхів економії витрат та максимального приведення їх до встановлених норм; попередження перевитрат [3].

Слід зазначити, що при оцінці прибутковості й конкурентоспроможності торговельного підприємства велике значення має істотне збільшення темпу приросту витрат обігу при зростанні об'ємів товарообороту, проте, для ефективного функціонування підприємства темпи приросту чистого доходу і чистого прибутку мають бути вищими. Таким чином, буде забезпечена мінімізація витратоємності поточних витрат, яка обов'язково не повинна мати негативний вплив на якість товарів та торговельного обслуговування.

Щодо регулювання довготривалих витрат, можна сказати, що для ефективного управління ними, торговельне підприємство повинно брати до уваги основні короткострокові та довгострокові ризики, пов'язані з його інвестиційною та фінансовою діяльністю: нестабільність законодавчої бази,

пов'язана з питаннями ціноутворення та податкової політики; коливання валютних курсів; кризові явища національної економіки; зростання вартості позикових коштів; зниження ліквідності активів; зростання вартості оренди приміщень для офісу та магазинів.

Отже, можна зробити висновок, що важливість грамотного управління витратами для підприємств торгівлі обумовлюється тим, що одним з основних якісних показників конкурентоспроможності, ефективності й прибутковості є рівень витрат обігу, а його структура й динаміка мають вплив на всі аспекти господарської діяльності. Проте, максимальне зниження рівня витратоємності торговельної діяльності не є самоціллю для підприємства. Основною метою управління поточними витратами є оптимізація абсолютної і відносної величини витрат, яка дозволить отримати заплановані обсяги чистого доходу і прибутку. Окрім цього, необхідно враховувати всі фінансові й інвестиційні ризики підприємства для оптимального управління довготривалими витратами.

Список використаних джерел:

1. Давидович І. Д. Управління витратами : навч. посіб. / І. Д. Давидович. – К. : Центр учбової л-ри, 2008. – 320 с.
2. Гринько Т. В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства / Т. В. Гринько// Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗДІА, 2016. – С. 102-105.
3. Шляхи вдосконалення аналізу та оцінки операційних, фінансових та інших витрат на підприємстві / О. Ю. Шумило // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 3. – С. 25-28.