

фіка, 2005. – 473 с. 6. Левченко О. М. Управління якістю трудового потенціалу регіону : монографія / О. М. Левченко. – Кіровоград : КОД, 2002. – 136 с. 7. Ноджак Л. С. Демографічні чинники формування і використання трудового потенціалу за ринкових перетворень : монографія / Л. С. Ноджак. – Львів : ІРД НАНУ, 2004. – 188 с. 8. Панкратов А. С. Управление воспроизводством трудового потенциала : монографія / А. С. Панкратов. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – 279 с. 9. Шевчук Л. Т. Медико-соціальні аспекти використання трудового потенціалу: регіональний аналіз і прогноз : монографія / Л. Т. Шевчук. – Львів, 2003. – 489 с. 10. Новікова М. М. Потенціал фінансової стійкості машинобудівних підприємств / М. М. Новікова // Наукові праці НДФІ. – К. : ЗАТ "ВІПОЛ", 2009. – № 2(47). – С. 99–106.

Стаття надійшла до редакції
19.01.2010 р.

УДК 339.13:339.37

Корженко К. А.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК МІСЦЬ ЛОКАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація. Визначено, що одним з головних факторів вирішення проблеми неприбуткової торговельної діяльності є вибір вигідного місця розташування торговельного підприємства. Залежно від типу та територіального розміщення об'єкта запропоновано прийоми та методи стабілізації й розвитку торговельної діяльності. Проаналізовано ефективність роботи підприємств на прикладі підприємств роздрібною торгівлі канцелярськими товарами у м. Харкові. Визначені основні показники конкурентоспроможності підприємств.

Аннотация. Определено, что одним из главных факторов решения проблемы убыточной торговой деятельности является выбор выгодного места размещения торгового предприятия. В зависимости от типа и территориального расположения объекта предложены методы стабилизации и развития торговой деятельности. Проанализирована эффективность работы на примере предприятий розничной торговли канцелярскими товарами в г. Харькове. Определены основные показатели конкурентоспособности предприятий.

Annotation. The choice of advantageous place of trade enterprise as one of the main factors to solve the problem of unprofitable trading is determined. The methods of stabilization and development of trade activity depending on a type and territorial location of object are offered. The effective work on the example of enterprises of office goods retail business in Kharkov is analyzed. The basic indexes of competition of enterprises are certain.

Ключові слова: локалізація підприємств, комерційна зацікавленість, інвестиційна привабливість, товарообіг, рентабельність, прибутковість.

Основною проблемою багатьох підприємств роздрібною торгівлі в умовах ринкової трансформаційної еко-

номіки України є неадекватні реальній ситуації дії щодо стабілізації їх функціонування та адаптації до нових вимог і законів. В умовах ринку саме перманентні зміни у процесі функціонування підприємства стають невід'ємною ознакою сучасного управління, своєрідним інструментом для досягнення вищого рівня ефективності діяльності, забезпечення конкурентних переваг, кращого способу задоволення вимог споживачів тощо [1].

Дослідженню сучасних проблем вибору вигідного місця розташування підприємств торгівлі приділяють увагу досить велика кількість вітчизняних вчених, а саме: Н. О. Голошубова [2], [3] розкриває структурні та територіальні особливості місць, що впливають на організацію торговельної діяльності підприємства; В. В. Алопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хом'як пропонують науково обґрунтовані підходи до вибору вигідного територіального розміщення торговельного об'єкта; К. Д. Гурова здійснює порівняльний аналіз економічної ефективності та фінансової стабільності, що обумовлює вибір місця локалізації об'єктів роздрібною торгівлі. Значний інтерес для дослідження означеної проблеми викликають праці С. Л. Гуляєва – в галузі оцінки комерційної привабливості стратегічних зон та їх регіональних особливостей для вибору найбільш перспективних місць розташування підприємств [4], а також В. С. Марцина – в галузі розміщення підприємств та формування механізму ефективного функціонування і розвитку торговельної діяльності [5].

Завданням даної наукової статті є проведення аналізу економічної привабливості місць локалізації підприємств роздрібною торгівлі. Здійснення ефективної торговельної діяльності неможливо без визначення факторів, що впливають на структуру і обсяги роздрібною товарообігу. Стабільність і збалансоване економічне зростання, конкурентоспроможність торговельного підприємства залежить від цілого комплексу факторів, ефективне поєднання яких дає оптимальний за даних умов результат. Однією з необхідних умов успішного функціонування є оптимальне місце розташування підприємства [6].

Встановлення і дотримання основних вихідних критеріїв, що впливають на ефективність діяльності торговельного підприємства, є необхідною умовою при визначенні оптимального місця розташування торговельного об'єкта. Об'єктами даного аналізу є підприємства роздрібною торгівлі, що функціонують на ринку канцелярських товарів, і тому як основні критерії вибору визначають максимізацію споживчого попиту. Процес максимізації попиту включає, по-перше, пошук конкретного місця, в районі якого очікується найбільша концентрація потенційних споживачів; по-друге, формування певної мережі місць розміщення, що відповідають встановленим нормативам концентрації населення; по-третє, встановленню рейтингу їх привабливості [7].

При цьому слід враховувати, що необхідно створити максимальну адаптацію територіальної організації торговельних об'єктів до стереотипів і моделей поведінки споживачів та їх запитів [3].

Метою даної наукової роботи є визначення особливостей роботи торговельного підприємства на ринку та впровадження індивідуальних заходів ефективного функціонування підприємств на основі аналізу основних характеристик місць їх локалізації. Залежності від встановленого напрямку орієнтації торговельного процесу, запропонувати прийоми, що формують стабільно високий споживчий попит у результаті концентрації зусиль на задоволенні потреб основного споживчого сегменту.

Автором був проведений аналіз комерційної привабливості місць локалізації 367 підприємств роздрібною торгівлі в м. Харкові. Для отримання достовірної інформації, до складу вибірки увійшли торговельні об'єкти різних форм власності, фінансової забезпеченості та географічної локалізації. Доведено, що вибір вигідного місця розташування підприємства є джерелом максимізації продажу, ефективності та прибутковості торговельної діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Розподіл торговельних об'єктів за комерційною зацікавленістю споживачів

При виборі локалізації торговельних об'єктів враховується рівень насиченості району споживачами, широта асортименту канцелярських товарів, рівень торгової націнки та ін.

Авторський розподіл торговельних об'єктів на групи залежно від орієнтації торговельної діяльності підприємства відображено на рис. 1. У разі спрямування торговельного об'єкта на залучення більшої кількості споживачів, підприємство приймає за мету збільшення частоти купівельних операцій. У разі обмеженого кола потенційних покупців, підприємство намагається зосередити зусилля на збільшенні обсягів кожної транзакції.

Торговельні об'єкти, що розташовані у місцях максимальної щільності пішого та транспортного потоків (переходи найбільш жвавих станцій метрополітену), на торговельних майданчиках, базарах, у відділах універсальних магазинів, а також спеціалізованих магазинах орієнтовані на масового споживача. Тому розташування торговельних підприємств характеризується високою концентрацією потенційних покупців, наявністю високої конкурентної боротьби, яка регулює цінову та асортиментну політику.

Зауважимо, що торговельні об'єкти, які розташовані в переходах станцій метрополітену, мають обмежені

торговельні площі, що не дає можливості запропонувати широкий асортимент товарів. Крім того, споживачі мають обмаль часу для здійснення покупок. А от на торговельних майданчиках, базарах, у спеціалізованих магазинах та у приміщеннях універсальних магазинів для споживачів створено більш комфортні та зручні умови для вибору товарів, а у разі потреби – можна отримати повну інформацію щодо характеристики будь-якого товару у продавця-консультанта.

Торговельна діяльність об'єктів, що знаходяться на території закладів, установ та організацій, які мають вільний вхід, суттєво відрізняється від наведених вище місць масового скопичення потенційних споживачів. Орієнтація у даному випадку спрямована на специфічну професійну діяльність даної організації або установи. Основними споживачами, за таких умов, виступають співробітники, які забезпечують постійний попит на товари. Вільний вхід до організації дає можливість клієнтам, відвідувачам даних установ, а також населенню, яке мешкає неподалік, купувати канцелярські товари в даних торговельних об'єктах.

Специфіка організації торговельної діяльності в закладах, що мають перепускну систему, полягає у тому, що з високим ступенем вірогідності можна підрахувати кількість потенційних споживачів, адже у такому разі залучення споживачів ззовні виключено. Відсутність конкуренції дає можливість керівникам та власникам торговельного об'єкта встановлювати значно вищі ціни на товари (йдеться про монополію локального характеру), адже за даних умов споживачі вимушені купувати товари за встановленими цінами. Необхідність купувати товари саме на цій території приводить до високого рівня прибутковості та рентабельності торговельних об'єктів, що встановлені у закритих закладах та організаціях.

Аналіз локалізації торговельних об'єктів вибіркової сукупності (367) виявив, що найбільша частка підприємств (79 %) розташовані у місцях максимального скопичення потенційних споживачів, і тому характеризується кількісним показником. З них 17 % – на торговельних майданчиках, базарах; у спеціалізованих магазинах – 14 %; у відділах універсальних магазинів – 21 %; у місцях максимальної щільності пішого та транспортного потоків (у переходах найбільш жвавих станцій метрополітену) – 17 %, а також 10 % торговельних об'єктів розміщені на території організацій та установ, які мають вільний вхід. Торговельні підприємства, які характеризуються якісним показником і розташовані в місцях обмеженої кількості споживачів, складають 21 %, що у 3,8 раза менше, ніж кількість підприємств у містах максимального скопичення людей (рис. 2).

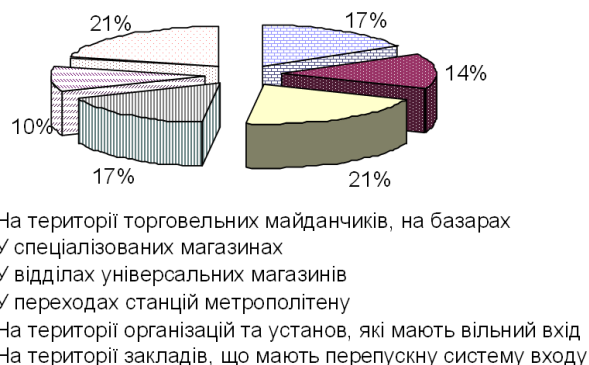


Рис. 2. Розподіл підприємств роздрібною торгівлі залежно від місця локалізації

Повна характеристика місця локалізації є важливим джерелом для формування стратегічного плану розвитку підприємства. Показниками, що обумовлюють рівень ефективності роботи підприємства залежно від територіального розміщення, є: обсяг товарообігу, сукупні витрати, рівень рентабельності, прибутковість, раціональ-

ність використання наявних торговельних площ, насиченість асортиментного набору, ефективність роботи торговельного персоналу. Фінансово-економічні показники, що характеризують загальну роботу торговельного процесу за 9 торговельними об'єктами, які включені до вибіркової сукупності досліджених підприємств, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Фінансово-економічні показники функціонування підприємств роздрібної торгівлі в м. Харкові

№	Місце локалізації	Обсяг товарообігу, (тис. грн)	Асортиментний набір, (од.)	Рентабельність, (%)	Частка витрат у ТО, (%)	Виробіток на 1 працівника, (тис. грн / чол.)	Товаровіддача торг. площі, (тис. грн/ м ²)	Рівень торг. націнки, (%)
1	Торговельні майданчики, базари	5006,17	1180	12,28	10,41	834,36	62,58	14,3
2		498,7	188	5,25	12,11	249,35	32,81	13,4
3	У переходах станцій метро-політену	99,82	95	7,65	11,56	99,82	22,18	26,3
4	Спеціалізовані магазини	1199,3	964	2,81	12,01	399,77	21,81	29,7
5	Відділи в універсальних магазинах	2015,19	1367	4,23	11,10	503,80	31,00	16,0
6	Організації, які мають вільний вхід	489,16	248	7,08	10,27	244,58	46,59	14,3
7		144,32	72	8,79	11,94	144,32	21,22	14,2
8	Заклади із перепускною системою входу	1008	209	10,4	12,29	504,00	112,00	28,1
9		465,5	178	3,43	11,51	465,50	101,20	30,7

Аналіз торговельної діяльності підприємств № 1 та № 2, що розташовані на території торговельних майданчиків та базарах, характеризується високим обсягом товарообігу, рівень якого залежить від асортиментного набору товарів. Той факт, що підприємство № 1 вдвічі рентабельніше, ніж підприємство № 2, обумовлюється меншими витратами обігу, більш високою продуктивністю праці персоналу (у 3,3 раза), а також товаровіддачею торгової площі.

Особливість роботи підприємства № 3, що локалізовано в переході станції метрополітену, характеризується високим рівнем торговельної націнки (26,3 %). Це негативно впливає на формування попиту і, як результат, відбувається втрата споживчої зацікавленості та послаблення рівня продажу.

У спеціалізованому магазині канцелярських товарів № 4 також має місце високий рівень торговельних націнок, що безумовно є основним фактором регулювання попиту. І тому наявність комфортних умов придбання, широкого асортименту товарів, можливість надання консультативних послуг потребує значних витрат, що не відшкодовуються, і, як наслідок, – низький рівень рентабельності (2,81 %). Разом з тим, підприємство № 5, що розташоване у відділі універсального магазину, має низький рівень рентабельності (4,23 %), але характеризується високою продуктивністю торговельного персоналу (503,8 тис. грн на 1 роб.), широким асортиментним набором (1367 од.) та значним обсягом річного товарообігу (2015,19 тис. грн). Торговельна діяльність підприємств № 4 та № 5, потребує додаткового аналізу фінансово-економічної системи, зниження витрат обігу, впровадження заходів стимулювання збуту, залучання споживачів та реформування цінової політики.

Підприємства № 6 і № 7 розташовані у приміщеннях організацій, які мають вільний вхід. Направленість їх торговельної діяльності орієнтована на працівників організації, її відвідувачів та пересічних споживачів. Представлений асортимент канцелярських товарів, тривалість робочого часу орієнтовані на специфіку діяльності організа-

ції-орендодавця, від якого також залежить розмір торгової площі. Зазначимо, що розмір товарообігу та асортиментний набір на підприємстві № 6 перевищує відповідні показники підприємства № 7 у 3,4 раза, що вплинуло на раціональність використання торгової площі у 2,2 раза. З урахуванням однакової кількості працюючого персоналу, виробіток на 1 працівника на підприємстві № 6 перевищує даний показник підприємства № 7 на 69 %. Значне відставання торговельного об'єкта № 7 за обсягом товарообігу, асортиментним набором, продуктивністю торговельного персоналу та раціональністю торгової площі не вплинуло на проведення більш рентабельної торговельної діяльності (на 1,71 %). Це обумовлюється вигідним місцем локалізації та орієнтацією роботи підприємства на потреби основного споживчого сегменту. Забезпечення стабільної рентабельної роботи підприємств в умовах трансформаційної ринкової економіки потребує постійної оцінки динаміки споживчого ринку, контролю за усіма групами торговельного асортименту, урахування реальних доходів населення і його купівельних фондів [8].

Окремого аналізу заслуговує торговельна діяльність підприємств № 8 та № 9, що розташовані у приміщенні закладів із перепускною системою входу. Характерними рисами таких місць локалізації є обмежена кількість споживачів (працівники закладу, відвідувачі та клієнти) і повна залежність торговельного об'єкта від робочого графіка закладу, що потребує підпорядкування багатьох складових робочого процесу цим обмеженням. Однак для таких підприємств перевагою є відсутність конкуренції, що дає можливість встановлювати досить високі торговельні націнки та отримувати більш високий рівень продуктивності праці робітників за рахунок їх обмеженого штату.

Таким чином, для досягнення ефективності та прибутковості торговельної діяльності необхідно впроваджувати заходи регулювання торговельного процесу із урахуванням індивідуальних особливостей місць локалізації. У табл. 2 представлено характеристики місць локалізації, а також запропоновані заходи для покращення результативності торговельної діяльності.

Характеристика місць локалізації підприємств роздрібної торгівлі

Локалізація торговельного об'єкта	Переваги	Недоліки	Заходи для покращення торговельної діяльності
Торговельні майданчики, базари Відділи в універсальних магазинах Спеціалізовані магазини	Орієнтація на всі групи населення; доступність та зручність придбання товарів; широкий асортимент; достатньо велика торговельна площа; можливість залучення більшої кількості споживачів	Велика кількість підприємств-конкурентів, що призводить до високої конкурентної боротьби, низький рівень торговельної надбавки	Упровадити заходи стимулювання збуту через знижки, подарунки, зниження рівня торговельної надбавки, активізувати рекламні заходи для залучення споживачів
Переходи станцій метрополітену	Можливість підвищення рівня торговельної надбавки, зручне місце розташування об'єктів – у результаті економії часу стимулює попит споживачів	Обмежений час для купівлі товарів, конкуренція, мала торговельна площа, неможливість запропонувати широкий асортимент	В умовах малої торговельної площі, вузького асортименту та обмеженого часу у споживачів здійснити зниження цінової політики
Організації, заклади та установи які мають вільний вхід	Орієнтація на потреби працівників організації з боку асортиментної та цінової політики, залучення споживачів, які не є співробітниками організації	Невелика кількість споживачів, залежність режиму роботи від календарного графіка роботи організації, специфіка і обмеженість асортименту	Рекламні заходи для залучення споживачів ззовні
Заклади із перепускною системою входу	Монополія, висока торговельна надбавка	Обмежена кількість споживачів (тільки співробітники), залежність режиму роботи від календарного графіка роботи	Орієнтуватись на потреби конкретного споживача або певних груп споживачів

У результаті проведення аналізу основних характеристик місць локалізації 367 торговельних підприємств м. Харкова був здійснений авторський розподіл досліджуваних об'єктів на групи залежно від орієнтації на масового споживача або на вузький сегмент ринку. В основу розподілу було покладено ступінь комерційної привабливості місць локалізації, можливість залучення потенційних споживачів та щільність споживчого потоку. Виявлено, що найбільша кількість означених підприємств розташовано у відділах універсальних магазинів та на території закладів із перепускною системою входу (відповідно по 21 %). У першому випадку це обумовлюється концентрацією потенційних споживачів, у другому – відсутністю конкуренції. На торговельних майданчиках та у переходах станцій метрополітену, що є місцями максимального скопичення споживачів, розміщено по 17 % сукупної вибірки. Встановлено, що комерційно привабливими є організації та установи із вільною системою входу, на території яких локалізовано 10 % торговельних об'єктів. Доведено, що досліджувані торговельні об'єкти залежно від місця локалізації мають різні умови та можливості щодо ефективності функціонування. Проведений аналіз фінансово-економічних показників дев'яти підприємств виявив, що необхідною умовою покращення торговельної діяльності об'єктів роздрібної торгівлі є застосування індивідуального підходу з урахуванням особливостей локалізації, що стане основою формування стратегії розвитку підприємств на основі побудови економіко-математичної моделі залежності обсягу отриманого прибутку від фінансово-економічних показників. Упровадження даної моделі у практичну діяльність із використанням запропонованих заходів приведе до покращення торговельної діяльності та прибутковості підприємств.

Ефективність розміщення складів підприємств оптово-роздрібно торгівлі канцелярськими товарами на основі використання логістичних методів / К. А. Корженко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі і послуг : зб. наук. праць. – ХДУХТ. – 2008. – Ч. 2. – С. 292–300. 7. Гурова К. Д. Экономическая реформа (некоторые аспекты реализации) : монография / К. Д. Гурова. – Харьков : Фолио, 2000. – С. 205–218. 8. Організація торгівлі : підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 632 с.

Стаття надійшла до редакції
22.02.2010 р.

УДК 338.439

Вяткін П. С.

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАГАЛЬНОГО ЕФЕКТУ ФОРМУВАННЯ БЕЗВІДХОДНОГО ВИРОБНИЦТВА НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

Анотація. Розглянуто ефект формування економічного механізму безвідходного виробництва на підприємствах сільського господарства. Показано економічну ефективність впровадження ресурсозберігаючих технологій.

Анотация. Рассмотрено эффект формирования экономического механизма безотказного производства на предприятиях сельского хозяйства. Показано экономическую эффективность внедрения ресурсосберегающих технологий.

Annotation. The effect of formation of the economic mechanism of wasteless manufacture at the agro-industrial enterprises is considered. The economic efficiency of introduction the innovative technologies is shown.

Ключові слова: економічний механізм, безвідходне виробництво, загальний ефект, економічний ефект.

Бурхливий розвиток сільського господарства, а особливо птахівництва у ХХ столітті призвів до того, що

Література: 1. Усик С. П. Вибір стратегії розвитку з урахуванням ступеня готовності підприємства до стратегічних змін / С. П. Усик // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 142–150. 2. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підручник / Н. О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с. 3. Голошубова Н. О. Розвиток соціально-орієнтованої роздрібно торгової мережі / Н. О. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2003. – № 5. – 560 с. 4. Гуляев С. Л. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования для малых предприятий с учетом региональных условий хозяйствования [Электронный ресурс] / С. Л. Гуляев. – Режим доступа : www.dis.ru. 5. Марцин В. С. Економіка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 402 с. 6. Корженко К. А.