

АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

СТОЛЯРЧУК А. В.

кандидат экономических наук

Харьков

В системе рыночного механизма хозяйствования рентабельности принадлежит одно из центральных мест. Значимость уровня рентабельности предприятий розничной торговли в условиях ориентации на рыночные отношения определяется интересом к нему не только руководства предприятий, но и интересом государства, контрагентов, собственников, кредиторов, инвесторов.

Рентабельная торговля и получение прибыли выступают важными стимулами развития торговых предприятий. Возможность получения прибыли стимулирует руководство к использованию организационных и технических нововведений для повышения эффективности торговых процессов, а также усиления конкурентных позиций предприятий.

Вопросы повышения рентабельности торговых предприятий были предметом рассмотрения таких зарубежных и отечественных учёных-экономистов, как: Е. Азарян, Т. Амельченко, И. Бланк, Е. Бригхем, Л. Лигоненко, А. Мазараки, Ф. Модильяни, М. Миллер, Л. Оме-

лянович и другие. Однако проблемы повышения рентабельности предприятий розничной торговли в условиях развития конкуренции и постоянного изменения экономической ситуации в стране требуют разработки новых путей решения. Это обусловило актуальность темы исследования.

Целью статьи является анализ динамики показателей рентабельности предприятий розничной торговли и обоснование направлений её повышения в условиях развития конкуренции.

В мировой практике широко используют показатели рентабельности для оценки привлекательности разных сфер бизнеса. Чаще всего для характеристики эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия используют показатель рентабельности расходов [1]. Такой выбор показателя рентабельности не случаен, он обоснован тем, что чаще всего эффективность деятельности предприятия характеризуют отношением полученной прибыли к осуществлённым затратам.

В зависимости от целей анализа для расчёта показателей рентабельности используют разные показатели прибыли. Для целей нашего исследования целесообразным будет провести анализ динамики показателей рентабельности, рассчитанным по показателям операционной и чистой прибыли (*табл. 1*).

Таблица 1

Алгоритм расчёта и цели анализа показателей рентабельности предприятий

Показатель	Алгоритм расчёта	Цель анализа
Рентабельность предприятия по операционной прибыли (P_o)	$P_o = \frac{ОП}{ОЗ},$ где ОП – операционная прибыль; ОЗ – операционные затраты	Выявление эффективности операционной деятельности предприятия
Рентабельность предприятия по чистой прибыли ($P_ч$)	$P_ч = \frac{ЧП}{ЗД},$ где ЧП – чистая прибыль; ЗД – все затраты деятельности	Выявление эффективности операционной, инвестиционной, финансовой, чрезвычайной деятельности предприятия

Представим результаты анализа динамики показателей рентабельности операционной деятельности предприятий розничной торговли в Украине [2] в табл. 2.

Таблица 2

Динамика показателей рентабельности (убыточности) операционной деятельности предприятий розничной торговли в Украине за 2008 – 2010 гг.

Показатель	Год			Темп роста (снижения), %	
	2008	2009	2010	2009 / 2008	2010 / 2009
Рентабельность предприятий по операционной прибыли (P _о), %	-1,6	3,3	5,8	-	175,8

За 2008 – 2010 годы наблюдается переход от убыточности к рентабельности операционной деятельности розничных торговых предприятий. Причём рентабельность операционной деятельности в 2010 г. возросла на 75,8% по сравнению с 2009 г.

Представим результаты анализа динамики рентабельности деятельности предприятий розничной торговли в Украине, рассчитанных по чистой прибыли [3] в табл. 3.

Таблица 3

Динамика показателей рентабельности (убыточности) предприятий розничной торговли в Украине за 2008 – 2010 гг.

Показатель	Год			Темп роста (снижения), %	
	2008	2009	2010	2009 / 2008	2010 / 2009
Рентабельность (убыточность) предприятий по чистой прибыли (P _ч), %	-3,37	-1,75	-0,70	52,0	40,0

Анализ показал, что за 2008 – 2010 гг. предприятия розничной торговли были убыточными, но убыточность в динамике снижается. Такая ситуация сложилась по причине того, что показатели финансовых результатов от обычной деятельности до налогообложения предприятий розничной торговли [3] являются отрицательными и негативно влияют на формирование их чистой прибыли (табл. 4).

За исследуемый период было выявлено, что показатели чистого убытка предприятий розничной торговли снижаются более медленными темпами, чем показатели убытка от их обычной деятельности до налогообложения. Чтобы выявить причины такого замедленного снижения показателей чистого убытка, проанализируем динамику показателей, влияющих на его формирование [3] в табл. 5.

Таблица 4

Динамика показателей финансовых результатов до налогообложения и чистого убытка предприятий розничной торговли в Украине за 2008 – 2010 гг.

Показатель	Год			Темп роста (снижения), %	
	2008	2009	2010	2009 / 2008	2010 / 2009
Прибыль (убыток) от обычной деятельности до налогообложения, млн грн	-4345,5	-1750,7	-447,4	40,3	25,6
Чистая прибыль (убыток), млн грн	-4861,1	-2738,2	-1378	56,3	50,3

Анализ динамики показателей, влияющих на формирование чистого убытка, показал, что на его увеличение в 2010 г. в наибольшей степени повлиял рост косвенных налогов и других вычетов из дохода на 30,7%, а также операционных расходов на 27,5% по сравнению с 2009 годом.

Анализ соотношения темпов роста показал, что темп роста чистого дохода от реализации товаров ниже темпа роста косвенных налогов и других вычетов из дохода.

Следовательно, все вышеперечисленные факторы негативно повлияли на формирование рентабельности предприятий розничной торговли в Украине за исследуемый период.

Проведенное исследование показало, что в Украине за анализируемый период наблюдается взаимный конфликт между субъектами, осуществляющими розничную торговую деятельность и государственными органами. Предприятия не удовлетворены внедрением мероприятий по жёсткому учёту выручки от торговой деятельности, а налоговая администрация не может найти реальных способов обеспечения налоговой дисциплины. Поэтому такие спорные вопросы надо решать на государственном уровне путём законодательного усовершенствования.

На уровне предприятия путями повышения рентабельности являются увеличение темпов роста дохода от реализации товаров и снижение темпов роста операционных расходов (табл. 6).

Розничные торговые предприятия в рыночных условиях хозяйствования независимо от их желания являются постоянными участниками конкурентной борьбы на потребительском рынке. Конкуренция проявляется в борьбе за привлечение и расширение контингента клиентов. Чем лучшим будет торговый сервис в магазинах современных форматов, тем выше будет в них выручка от реализации товаров. Таким образом, подчёркиваем намечающуюся тенденцию перехода кон-

Таблица 5

Динамика показателей, влияющих на формирование чистого убытка предприятий розничной торговли в Украине за 2008 – 2010 гг.

Показатель, млн грн	Год			Темп роста (снижения), %	
	2008	2009	2010	2009 / 2008	2010 / 2009
1. Доход от реализации товаров	156568,8	173530,6	223984,2	110,8	129,1
2. Косвенные налоги и другие вычеты из дохода	27569,5	29397,7	38417,8	106,3	130,7
3. Чистый доход от реализации товаров	128909,3	144132,9	185566,4	111,8	128,7
4. Прочие операционные доходы	6783,9	5968,3	6745,5	87,9	113,0
5. Прочие обычные доходы	3844,5	4011,3	4693,2	104,3	116,9
6. Чрезвычайные доходы	13,5	9,4	69,5	69,6	739,4
7. Итого чистые доходы	139551,2	154121,9	197074,6	110,4	127,9
8. Операционные расходы	136213,5	149062,3	190117,0	109,4	127,5
9. Прочие обычные расходы	7669,8	6800,9	7335,5	88,7	107,9
10. Чрезвычайные расходы	21,3	336,4	20,1	1579,3	5,9
11. Итого расходы	144412,3	156860,1	198452,6	108,7	126,5

Таблица 6

Рекомендуемые пути повышения рентабельности предприятий розничной торговли

Пути	Мероприятия
1. Повышение темпов роста дохода от реализации товаров	1. Улучшение торгового сервиса. 2. Стимулирование развития современных типов магазинов
2. Снижение темпов роста операционных расходов	1. Внедрение эффективных инструментов менеджмента для управления расходами (бенчмаркинг, бюджетирование). 2. Выбор оптимальной конкурентной стратегии

курентности предприятий розничной торговли из ценовой плоскости в сферу сервиса.

Однако при сложившейся конкурентной борьбе предприятий розничной торговли не стоит забывать о проблеме неэффективности мероприятий по контролю операционных расходов. Поэтому следует применять эффективные инструменты менеджмента для управления расходами торговой деятельности. Например, увольнение работников не является эффективным управленческим инструментом и влечёт за собой сокращение рабочих мест и увеличение числа безработных. Эффективными инструментами менеджмента в данных условиях могут стать бенчмаркинг, бюджетирование, стратегическое планирование. От правильности выбора конкурентной стратегии развития предприятия будет зависеть его эффективность деятельности в долгосрочной перспективе.

Таким образом, повышение эффективности деятельности предприятий розничной торговли будет обеспечивать стабильное развитие торговли и экономики Украины в целом. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Савицкая Г. В. Экономический анализ / Г. В. Савицкая. – 8-е изд., перераб. – М. : Новое знание, 2003. – 640 с.
2. Рентабельність операційної діяльності підприємств за видами економічної діяльності за 2008 – 2010 рр.

/ Державний комітет статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

3. Формування чистого прибутку (збитку) підприємств за видами економічної діяльності за 2008 – 2010 рр. / Державний комітет статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>