

2. Для регламентації діяльності у сфері будівництва застосовуються окремі нормативно-правові акти. З метою інтеграції України у міжнародний економічний простір, необхідно привести у відповідність національний стандарт бухгалтерського обліку 18 "Будівельні контракти" до міжнародних стандартів.
3. Важливу роль для підприємств відіграє оптимізація витрат. Для вдосконалення обліку витрат потрібно застосовувати такі методи обліку, як: директ-кост, ABC-аналіз, стандарт-кост та інші, які широко використовуються в зарубіжних країнах.

Література

1. Україна в цифрах у 2010 році : стат. зб. / за ред. О.Г. Осауленка. – К. : ТОВ "Август Трейд", 2011. – 251 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 18 "Будівельні контракти". Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 28 квітня 2001 р., № 205. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.pro-u4ot.info/index.php?section=browse&CatID=92&ArtID>.
3. Римар Г. Специфіка формування витрат у будівництві / Г. Римар. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/grlwOO.pdf
4. Податковий кодекс України. Закон від 02.12.2010 р., № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
5. Сук Л.К. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посібн. / Л.К. Сук, П.Л. Сук, М.С. Стасишен. – К. : Вид-во "Каравела", 2008. – 208 с.
6. Котенко Т.Ю. Аналіз витрат як складова управління на підприємствах будівельної галузі / Т.Ю. Котенко // Актуальні проблеми економіки : науковий економічний журнал. – 2010. – № 6 (108). – С. 118-121.

Ильницкая-Гыкавчук Г.Я. Особенности учета в строительстве

Рассмотрены особенности строительства и системы учета. Исследован состав убытков отрасли, специфические счета, которые используются, особенности доходов и убытков в строительстве. Составлены предложения по усовершенствованию учета.

Ключевые слова: учет, строительство, убытки, счет, доходы.

Ilnytska-Gykavchuk G.Ya. The peculiarity of accounting in building

The peculiarity of construction and system accounting of are considered. The structure of expenses of economy, specified accounts, which are used, the peculiarity of recognition of incomes and costs in construction are researched. The proposals concerning improvement of accounting are developed.

Keywords: accounting, construction, expenses, account, incomes.

УДК 658.061.5:004 (477) Доц. В.М. Білик, канд. екон. наук – Львівська КА

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Проаналізовано стан, тенденції і проблеми розвитку торговельної мережі підприємств. На основі аналізу виявлено основні тенденції, які впливають на формування та розвиток торговельної мережі підприємств. Проаналізовано рівень спеціалізації в продовольчих і непродовольчих магазинах. Шляхом статистичного групування за числом робочих місць у магазинах досліджено їх вплив на показники торговельного бізнесу. Обґрунтовано шляхи покращення ефективності торговельного бізнесу на основі впровадження процесного менеджменту, інтегрованих інформаційних систем та інформаційних технологій.

Ключові слова: торговельне підприємство, торговельна мережа, бізнес-процеси.

Постановка проблеми. Ринкова трансформація економіки зумовлює підвищення ролі торгівлі як складної динамічної системи. Основною її функцією є доведення товарів від виробництва до споживача з урахуванням попиту. Стан торгівлі характеризує рівень і якість життя населення. На розв'язок соціального завдання – задоволення потреб населення в товарах – сильно впливає стан роздрібно-торговельної мережі, а також особливості її функціонування на товарному ринку.

Сучасний етап розвитку торгівлі в Україні характеризується реструктуризацією роздрібно-торговельної мережі, жорсткою конкуренцією на ринку товарів і послуг. Сучасні тенденції розвитку торгівлі вимагають вивчення динаміки і проблем розвитку торговельної мережі, уточнення напрямів її розвитку в частині збільшення обсягів товарообігу відносно ВВП.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку торгівлі в Україні, зокрема стану роздрібно-торговельної мережі підприємств, досліджували вітчизняні вчені А.А. Мазаракі, В.В. Апопій, І.О. Бланк, В.С. Марцин, О.О. Шубін, А.А. Садеков, Л.О. Лігоненко та ін. Проте ці дослідження проводили в різні періоди часу і вони не могли охопити трансформацію роздрібно-торговельної мережі підприємств під впливом зовнішнього середовища, що і обумовило вибір окремого дослідження.

Метою роботи є аналіз стану торговельної мережі підприємств і на його основі виявити і оцінити наявні основні тенденції, які істотно впливають на їх формування та розвиток.

Виклад основного матеріалу. У зв'язку з трансформаційними процесами економіки особливу роль відіграє торгівля. За останні роки торгівля як складова сфери послуг неперервно розвивається і є найбільш стійкою сферою, яка постійно поповнює державний бюджет грошовими коштами (табл. 1).

Табл. 1. Динаміка обсягів ВВП, товарообігу оптової і роздрібно-торгівлі в Україні* (в порівняльних цінах)

Роки	Обсяг ВВП			Чисельність працівників, зайнятих в торгівлі			Товарообіг оптової торгівлі підприємств			Товарообіг роздрібно-торгівлі підприємств		
	млрд грн, 2000=100	в % до попереднього року	в % до 2000 р.	млрд грн, 2000=100	в % до попереднього року	в % до 2000 р.	млрд грн, 2000=100	в % до попереднього року	в % до 2000 р.	млрд грн, 2000=100	в % до попереднього року	в % до 2000 р.
2000	170,1	100	100	487,8	100	100	167,3	100	100	28,8	100	100
2001	159,3	94	94	433,3	89	89	213,3	127	127	26,8	93	93
2002	176,1	111	104	397,7	92	82	226,3	106	135	31,0	116	108
2003	208,5	118	123	371,2	93	76	307,4	136	184	39,0	126	135
2004	269,2	129	158	364,4	98	75	426,8	139	255	52,7	135	183
2005	344,4	128	202	365,6	100	75	398,8	93	238	73,6	140	256
2006	424,5	123	250	407,0	111	83	520,4	130	311	101,4	138	352
2007	562,2	132	331	433,9	107	89	673,4	129	403	139,0	137	483
2008	739,6	132	435	449,8	104	92	8193,4	1217	4897	192,6	139	669
2009	712,4	96	419	426,8	95	87	671,6	8	401	180,2	94	626

Примітка: * Розраховано за даними Держкомстату України [1]

Дані табл. 1. засвідчують, що темпи росту торгівлі перевищують темпи росту економіки України загалом. Таке зростання було інтенсивним, тобто відбулося за рахунок збільшення продуктивності праці працівників, дарма, що в 2009 р., порівняно з 2000 р., їх чисельність скоротилася на 5 %. Важливим напрямом економічної реформи в Україні є створення сприятливого середовища для формування і функціонування суб'єктів торговельного бізнесу, який залежить від трансформації торговельної мережі. Роздрібна торговельна мережа становить основу інфраструктури ринку.

За період 2000-2009 р. істотні зміни відбулися у складі роздрібно-торгівельної мережі. Так, наприклад загальна чисельність і співвідношення різних видів роздрібних торговельних підприємств, значно змінилася – підприємства торгівлі роздержавлені, значних змін зазнала структура форматів, диверсифіковані форми торговельно-посередницької діяльності магазинів. Роздрібна торговельна мережа характеризується стійкою тенденцією до скорочення (табл. 2).

Табл. 2. Кількість підприємств роздрібно-торгівлі за типами підприємств* (на кінець року; одиниць)

Роки	усього об'єктів торгівлі, одиниць	Роздрібна торговельна мережа			Із загальної кількості підприємств							
		у тому числі			у міських поселеннях				у сільській місцевості			
		магазини		торгівельна площа на 1 магазин, м ²	у тому числі		торгівельна площа на 1 магазин, м ²	у тому числі		торгівельна площа на 1 магазин, м ²	кількість кіосків і палаток, одиниць	
		кількість, одиниць	кількість кіосків і палаток, одиниць		магазини	кількість кіосків і палаток, одиниць		магазини	кількість кіосків і палаток, одиниць			
2000	103246	77885	90	25361	69765	48072	108	21693	33481	29813	61	3668
2009	65334	47651	168	17683	48505	33756	210	14749	16829	13895	66	2934
в % до 2000 р.	63	61	187	70	70	70	194	68	50	47	108	80

Примітка: * Розраховано за даними Держкомстату України [4]

Як видно з даних таблиці, що в 2009 р. порівняно з 2000 р. загальна чисельність магазинів скоротилася на 39 % або на 30234 одиниць, що негативно позначилося на наданні послуг населенню. Однак, незважаючи на скорочення кількості магазинів торгівлі, їх торговельна площа зросла за рахунок укрупнення об'єктів роздрібно-торгівлі, появи сучасних її форматів. Так, за останні 10 років середній розмір площі на один магазин збільшився з 90 до 168 м², що менше, ніж у країнах Євросоюзу і Східної Європи (650 м²).

Особливо скоротилася чисельність магазинів у сільській місцевості, де сільському населенню послуги надає споживча кооперація України, яка значно скоротила обсяги своєї діяльності, знизила рівень використання наявних ресурсів. За цей період чисельність магазинів скоротилася більше ніж на половину або на 15918 одиниць. Помітне незначне зростання торговельної площі на один магазин і становить у 2009 р. – 66 м².

Завдання з покращення постачання населення різними споживчими товарами має велике соціально-економічне значення. Це завдання обумовлює створення торговельного сервісу, подальшого зростання рівня торговельного обслуговування і забезпеченість населення торговельною мережею. забезпе-

ченість населення України роздрібною торговельною мережею характеризується даними табл. 3.

Табл. 3. Динаміка забезпеченості населення України роздрібними підприємствами і торговельними площами (на кінець року; одиниць)

Роки	Забезпеченість населення роздрібною мережею підприємств		Забезпеченість населення торговельною площею	
	чисельність магазинів на 10000 осіб		торгівельна площа магазинів на 10000 осіб	
	кількість, одиниць	в % до 2000 р.	кількість, одиниць	в % до 2000 р.
2000	21	100	1437	100
2005	16	76	1355	94
2006	16	76	1468	102
2007	16	76	1616	112
2008	15	71	1753	122
2009	14	67	1744	121

Примітка: * Розраховано за даними Держкомстату України [4]

Дані табл. 3 показують, що в 2009 р. забезпечення населення підприємствами роздрібно-торгівлі становило 14 одиниць на 10000 осіб і зменшилося порівняно з 2000 р. на 7 одиниць або на 33 %. За цей період забезпеченість населення торговельною площею на 10000 осіб збільшилася в 1,2 раза і становила в 2009 р. – 1744 м². Це свідчить про те, що для торгівлі характерна тенденція структурних змін роздрібно-торгівельної мережі за рахунок поглинання дрібних мереж, купівлі магазинів старого формату та їх диверсифікації в сучасні, збільшення питомої ваги нових форматів – торговельних об'єктів, що характеризуються певними параметрами (площа, спеціалізація, форма обслуговування, цільова аудиторія, рівень цін тощо). Серед нових форматів торговельної роздрібно-торгівлі найбільш поширеними є супермаркети, де їх частка в роздрібному товарообігу склала в 2009 р. 42 %, гіпермаркети – 18 %, "магазини біля дому" і cash & carry – по 14 %, дискаунтери – 12 % [2].

Актуальним завданням роздрібно-торгівлі є розвиток і впровадження в практику прогресивних методів, які спрямовані на пришвидшення обслуговування покупців, на підвищення культури торгівлі і на збільшення товарообігу, на отримання прибутку. Підвищення ефективності торговельної діяльності у роздрібній торгівлі досягається у спеціалізованій торговельній мережі. За останні 10 років роздрібна торговельна мережа зберігає стійку негативну тенденцію до зменшення спеціалізації підприємств роздрібно-торгівлі з реалізації продовольчих і непродовольчих товарів (табл. 4).

Табл. 4. Динаміка спеціалізації торговельної мережі роздрібно-торгівлі України за 2000-2009 рр.* (в % до 2000 р.)

Роки	Усього магазинів	зокрема:				
		продовольчі	з них	непродовольчі	з них	палатки
			спеціалізовані		спеціалізовані	
2000	100	100	100	100	100	100
2005	68	70	54	66	71	50
2006	65	66	56	63	69	44
2007	61	63	56	59	65	42
2008	58	60	62	58	66	28
2009	54	57	61	53	60	26

Примітка: * Розраховано за даними Держкомстату України [4].

Так, за цей період кількість спеціалізованих продовольчих магазинів скоротилася на 39 % і в 2009 р. сягнула 944 одиниць. Кількість спеціалізованих непродовольчих магазинів зменшилася з 7480 одиниць у 2000 р. до 4226 одиниць в 2009 р., тобто майже на половину. Необхідно зазначити, що рівень спеціалізації продовольчих і непродовольчих магазинів, який є узагальнювальним показником спеціалізації роздрібною торговельною мережі, зростає (табл. 5).

Табл. 5. Рівень спеціалізації магазинів України * (на кінець року)

Тип магазинів	2000 р.		2009 р.	
	кількість магазинів, одиниць	рівень спеціалізації, %	кількість магазинів, одиниць	рівень спеціалізації, %
Продовольчі	12194	12,8	6914	13,7
Непродовольчі	9351	80,0	4926	85,8
Разом	21545	41,9	11840	43,7

Примітка: * Розраховано за даними Держкомстату України [4]

Із наведених даних таблиці видно, що в 2009 р. найбільшого рівня спеціалізації досягнуто в непродовольчих магазинах (85,8 %), продовольчих (13,7 %). За цей період характерна тенденція до зростання рівня спеціалізації продовольчих і непродовольчих магазинів, при цьому для продовольчих магазинів спостерігається тенденція поглиблення універсалізації, для непродовольчих магазинів – спеціалізації. Розмір магазинів визначається за допомогою показників кількості робочих місць і суми товарообігу за певний період. Групування магазинів за ознакою кількості робочих місць показало, що за 2000-2009 рр. переважно функціонували дрібні магазини з кількістю робочих місць до 5 працюючих осіб (табл. 6).

Табл. 6. Групування підприємств роздрібною торгівлі України за кількістю працюючих * (у відсотках до всіх працюючих на кінець року)

Кількість працюючих, осіб	Роки	
	2000	2009
до 5	32,3	44,7
6-10	25,8	21,2
11-15	13,4	9,4
16-20	6,7	5,5
21-50	15,5	11,4
51-100	4,2	3,8
101-200	1,4	1,9
201 і більше	0,7	2,1

Примітка: * Дані Держкомстату України [4]

Із наведених даних таблиці видно, що частка таких магазинів у загальній їх кількості становить майже половину (44,7 %). За цей період спостерігається тенденція до зменшення магазинів з кількістю працюючих від 11 до 100 осіб і збільшення магазинів з кількістю працюючих 100-200 і більше осіб. Частка магазинів з кількістю працюючих 100-200 і більше осіб становить 4 % і невинно зростає.

У магазинах споживчої кооперації найбільш поширеними є магазини з одним робочим місцем. Частка таких магазинів у загальній їх кількості стано-

вить більше половини. У великих магазинах за числом робочих місць краще використовуються торговельні площі торговельного бізнесу, покращуються його показники, підвищується продуктивність праці працівників (табл. 7).

Табл. 7. Групування магазинів Сколівської РСС Львівської ОСС за числом робочих місць за 2008 р.

Групи магазинів за числом робочих місць	Магазини за числом робочих місць		У них робочих місць, одиниць	Чисельність працівників на кінець року	Товарообіг, тис. грн		Товарні запаси, днів	Витрати обігу, % до роздрібно-го товарообігу
	оди-ниці	% до підсумку			на один магазин	на одного працівника		
1 робоче місце	27	64,3	27	27	218	218	27	12,1
2 робочих місць	12	28,6	24	24	455	228	25	10,8
3-4 робочих місць	3	7,1	9	9	698	233	24	10,1
Разом	42	100,0	60	60	320	224	26	11,7

Примітка: * Розраховано на основі даних Сколівської РСС Львівської ОСС [4]

Як видно, у Сколівській РСС Львівської ОСС трапляються магазини з одним робочим місцем і середнім товарообігом 218 тис. грн Частка таких магазинів у загальному їх числі становить 64,3 %. Магазини з двома робочими місцями займають 28,6 % і тільки 7,1 % залишається на магазини з трьома і більше місцями. По мірі збільшення робочих місць у магазинах зростає середній товарообіг на одне робоче місце і одного працівника, скорочуються товарні запаси в днях і витрати обігу в % до товарообігу.

Зростання роздрібною торговельною мережі потребує оптимізації управління бізнес-процесами торговельного підприємства за рахунок побудови і функціонування інтегрованої інформаційної системи (ІС). На цьому етапі управління торговельними підприємствами здійснюється на основі двох підходів – організаційно-функціонального і процесного, згідно з якими спроектовані два типи ІС.

У першому випадку проектується і функціонують АІС, в яких виділено за ознакою функцій і об'єктів управління різні функціональні підсистеми, такі як: бухгалтерський облік, звітність, оперативне управління торгівлею, фінансами, кадрами, складами тощо. Функціональному підходу побудови АІС властиві недоліки: значне дублювання інформації, що призводить до заповнення багатьох зайвих форм документів і, як наслідок, до додаткових затрат праці працівників управління; недостатня гнучкість системи в умовах оперативності, недостатнє реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства; високе навантаження на ланки управління і канали зв'язку; відсутність горизонтальних зв'язків між торговельно-виробничими і функціональними ланками; суб'єктивність оцінки собівартості роздрібного товарообігу.

Конкуренція на споживчому ринку, зростаючі вимоги покупців до якості товарів і торговельного обслуговування слугують причиною переходу торговельного підприємства до концепції процесного менеджменту як важливого чинника вдосконалення системи управління. Перехід до процесного менеджменту зумовив створення інтегрованої ІС, в якій автоматизації підлягають такі категорії бізнес-процесів: основні (маркетинг, закупівля, постачан-

ня, транспортування, реалізація товарів, їх складування, управління товарними запасами); допоміжні (інфраструктура, персонал, розвиток технологій інновацій); управлінські (встановлення цілей, фінансовий і бухгалтерський облік, планово-економічне забезпечення) [7].

Орієнтація торговельного підприємства на процесний менеджмент за рахунок інтегрованої ІС дає йому змогу реалізувати стратегічні цілі, скоротити витрати обігу, тривалість процесів, навчити персонал працювати в ринковому середовищі і досягати конкретних результатів – надання покупцям якісних товарів у найкоротший термін, підвищити інвестиційну привабливість. Технічну базу інтегрованої ІС становлять автоматизовані робочі місця фахівців, об'єднаних у локальні мережі в межах підприємства [6].

Важливим компонентом інтегрованої ІС є інформаційне забезпечення (ІЗ), яке має будуватися за бізнес-процесним підходом і синхронізувати торговельні процеси в просторі та часі. Основу ІЗ інтегрованої ІС становить центральна база даних (ЦДБ), яка містить інформацію про названі вище бізнес-процеси. Така організація ЦДБ дає змогу обмінюватися інформацією, зокрема і оперативною, по кожному бізнес-процесу, між структурними підрозділами на кожному рівні. Використання основних і управлінських бізнес-процесів дає змогу їх інтегрувати у єдине ціле та контролювати виконання окремого процесу в ланцюгу "закупівля – постачання – транспортування – зберігання – реалізація", відстежувати утворення доданої вартості.

Отже, сучасна інтегрована ІС має в стислі терміни виявляти найбільш істотні тенденції розвитку підприємства і торговельного бізнесу загалом, оцінити ефективність роботи кожного бізнес-процесу, окремих структурних підрозділів, оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища і врахувати ці зміни раніше, ніж це зроблять конкуренти.

Висновки. Ринкові перетворення, які проводяться в Україні, спонукали до корінних змін у торговельній мережі – торговельна мережа скорочується, особливо в сільській місцевості, але її торговельна площа зростає за рахунок появи нових типів магазинів (супермаркетів, гіпермаркетів, дискаунтерів), в яких впроваджуються прогресивні форми торгівлі. На ринку товарів і послуг між ними простежується жорстка конкуренція, збільшується роль підприємницьких структур у розвитку роздрібно торгівлі. Проте, незважаючи на деякі позитивні тенденції розвитку роздрібно торговельної мережі, торговельний бізнес значно відстає від рівня країн Євросоюзу і Східної Європи за насиченістю торговельними підприємствами і за продуктивністю праці.

Групування магазинів за кількістю працівників показало, що у великих магазинах значно краще використовується роздрібно торговельна мережа, покращуються показники торговельної діяльності і сервісу, зростає продуктивність праці, впроваджуються передові форми торговельного обслуговування. Економічної ефективності, конкурентоспроможності торговельного бізнесу можна досягнути через удосконалення управління на основі впровадження процесного менеджменту і системної інформатизації торговельних бізнес-процесів.

Література

- [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>
- [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.allretail.com.ua>
- [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukr/rynok.biz>
- Роздрібно торгівля України у 2009 р. : стат. зб. / за заг. керівн. В.О. Піщейка. – 173 с.
- Апопій В.В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України / В.В. Апопій // Вісник ДонНУЕТ : наук. журн. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2007. – № 3/2. – С. 145-152.
- Білик В.М. Автоматизоване робоче місце менеджера торговельного підприємства / В.М. Білик, Р.С. Дяків, В.С. Костирко. – К. : Вид-во НМУ "Укоопосвіта", 1999. – 350 с.
- Новак В.О. Інформаційні системи в менеджменті / В.О. Новак, Ю.Г. Симоненко, В.П. Бондар, В.В. Матвеев. – К. : Вид-во "Каравела"; Ю.В. Піча, 2008. – 616 с.

Билык В.Н. Тенденции развития торговой сети предприятий в Украине

Проанализированы состояние, тенденции и проблемы развития торговой сети предприятий. На основе анализа выявлены основные тенденции, влияющие на формирование и развитие торговой сети предприятий. Проанализирован уровень специализации в продовольственных и непродовольственных магазинах. Путем статистического группирования по числу рабочих мест в магазинах исследовано их влияние на показатели торгового бизнеса. Обоснованы пути повышения эффективности торгового бизнеса на основе внедрения процессного менеджмента, интегрированных информационных систем и информационных технологий.

Ключевые слова: торговое предприятие, торговая сеть, бизнес-процессы.

Bilyk V.M. Trends commercial network enterprises in Ukraine

The state, trends and problems of the trade network. Based on the analysis identified the major trends that influence the formation and development of the trade network. Analyzed the degree of specialization in food and shops. Through statistical grouping according to the number of jobs in the shops investigated their impact on business performance trade. Justified by improving the efficiency of commercial business through the introduction of process management, integrated information systems and information technology.

Keywords: commercial enterprise, trade network, business processes.

УДК 332.122+338[43+242]

Ст. наук. співроб. Ф.А. Вазинський,
канд. екон. наук – ІРД НАН України; доц. П.П. Гаврилко¹, канд. екон. наук;
викл. М.Ю. Лалакуліч¹, канд. екон. наук

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Розглянуто основні проблеми та запропоновано заходи щодо стимулювання не-сільськогосподарської зайнятості. Визначено, що одним з актуальних видів несільськогосподарської зайнятості сільського населення є сільський туризм; ефективним ресурсом розвитку сільських територій є соціальне партнерство. Окреслено основні напрями розвитку сільських територій.

Ключові слова: сільські території, несільськогосподарська зайнятість, сільський туризм, соціальне партнерство.

Вступ. Ринкова трансформація економіки поставила перед Україною проблему вибору ефективних напрямів забезпечення розвитку сільських те-

¹ Ужгородський навчальний центр КНТЕУ