

Bogachenko A. V.
Odessa National Polytechnic University

STRUCTURING THE SOURCES OF FINANCING OF SMALL INDUSTRIAL ENTERPRISE

Summary

In this article viewed source of financing of small industrial businesses. At the present stage of development of the country through difficult economic and political situation of small industrial businesses has limited range of sources of additional funding and require balanced approach to choosing such sources, considering all the possible consequences. This article analyzes the state of small industrial businesses and major trends in the use of funding sources witch can be used today. On the basis of the study systematically the advantages and disadvantages of different groups of sources of funding.

Keywords: small industrial entrepreneurship, sources offinancing, development, internal financing, overdraft.

УДК 658.628:334.012.61-022.51(477.42)

Бондарчук М. Ю.
Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ І ОРГАНІЗАЦІЇ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Висвітлено особливості формування товарного асортименту і організації товаропостачання суб'єктів малого бізнесу в роздрібній торгівлі будівельними матеріалами в регіональному аспекті Житомирської області. Наведено аналіз відповідності цільового призначення надходжень товарів товарним потребам суб'єктів малого бізнесу на основі розрахунку коефіцієнта відповідності та виявлено комплексний характер товаропостачання малого бізнесу, що виявляється, зокрема, у взаємозв'язках між окремими його принципами завдяки факторному аналізу.

Ключові слова: суб'єкти малого бізнесу, товарний асортимент, товаропостачання, коефіцієнт відповідності, факторний аналіз.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин і формування конкурентного середовища важливого значення набуває вірний напрямок у виборі товарного профілю суб'єкта малого бізнесу.

Асортимент будівельних матеріалів щорічно розширюється внаслідок освоєння промисловістю нових товарів, а також за рахунок надходження на ринок імпортих. Споживчий комплекс «Будівельні матеріали» характеризується складністю і різноманіттям груп, видів і різновидів товарів. Широта, глибина і насиченість товарного асортименту будівельних матеріалів, особливості попиту контингенту (не тільки сільського, а й міського) зумовлюють специфіку організації торгівлі даним видом товарів, зокрема, суб'єктами малого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості товарного асортименту і організації товаропостачання традиційно знаходяться у колі дослідження науковців і практиків, безпосередньо зарубіжних: Р. Дж. Купера, П. Еванса, С.Б. Граве, Д.А. Йорка, Г. Асселя, Б. Бермана, Б. Вейтца, Н.С. Іващенко та ін. Серед вітчизняних науковців такі як В. Кардаш, О. Зозульов, І. Бланк, Т. Кравецька, З. Герасимчук, О. Коломієць, Н. Радіонова та ін.

Мета статті полягає у дослідженні товарного асортименту і організації товаропостачання суб'єктами малого бізнесу Житомирської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Різноманітність асортименту будівельних матеріалів передбачає використання різних форм і методів торгівлі ними. Переважною формою продажу будівельних матеріалів суб'єктами малого бізнесу є самообслуговування, в окремих випадках торгівля може здійснюватися за допомогою списків (при організації торгівлі за попередніми замовленнями).

Аналіз відповідності цільового призначення надходження товарів товарним потребам суб'єктів

малого бізнесу здійснюється на основі розрахунку коефіцієнта відповідності (табл. 1) [4].

Результати розрахунків будуть свідчити про достатність товарного забезпечення обраних суб'єктів малого бізнесу і здійснюватись за такою послідовністю: розрахунок річного планового товарообороту за окремою групою товарів; розрахунок планового товарообороту за окремою групою товарів у I кварталі; розрахунок планового товарообороту за окремою групою товарів у IV кварталі; розрахунок іншого вибуття за окремою групою товарів у плановому періоді; розрахунок товарних запасів на початок планового періоду за окремою групою; розрахунок товарних запасів на кінець планового періоду за окремою групою товарів; розрахунок приросту товарних запасів за окремою групою товарів у плановому періоді; розрахунок надходження товарів за окремою групою товарів у плановому періоді; розрахунок коефіцієнта відповідності цільового обсягу надходження товарів товарним потребам підприємства; аналіз оцінки відповідності цільового обсягу надходження товарів товарним потребам підприємства. Результати проведених розрахунків відносно одного суб'єкта малого бізнесу наведено в табл. 2.

Якщо коефіцієнт відповідності перевищує 1, маємо надлишок надходження товарів, відповідно, якщо менший за 1 – дефіцит надходження. Ідеальним результатом є 1, що свідчить про достатність цільового надходження товарів товарним потребам суб'єктів малого бізнесу. Узагальнені результати досліджених суб'єктів малого бізнесу представлені на рис. 1.

Отже, дефіцит надходження товарів властивий суб'єктам господарювання зі значним товарооборотом товарів, відповідно, надлишок – власникам меншого товарообороту будівельних матеріалів. Тому споживач чекає на широкий асортимент будівельних матеріалів, представлений у магазинах типу «супер-

Таблиця 1

Дані для розрахунку відповідності обсягу надходження товарів товарним потребам у суб'єктів малого бізнесу в роздрібній торгівлі будівельними матеріалами в Житомирській обл. у 2014 р.

Товарні групи	Товарооборот звітного року, тис. грн.	Темп приросту товарообороту у плановому періоді, %	Частка в річному плановому товарообороті, %		Норма товарних запасів, дні		Частка іншого вибуття, % до товарообороту	Обсяг надходження товарів у плановому періоді, при якому забезпечується отримання цільового прибутку, грн.
			I кв.	IV кв.	на початок I кварталу	на кінець IV кварталу		
ТОВ «Комфорт», м. Овруч, Житомирська обл.								
Інструменти	30583,57	-4,5	3	3	42	40	1,05	30000
Шифер	1152892,60	6,5	8	13	24	25	1,01	1200000
Лаки	11156,20	-3,6	3	3	40	41	2,07	10000
Вагонка	385924,99	8,7	8	12	23	24	0,01	400000
Розчинювачі	12248,50	-2,3	3	5	36	33	1,03	12500
Ґрунтовка	10154,90	4,2	6	9	32	36	0,07	10000
Лінолеум	31646,59	3,9	5	3	31	30	1,06	32000
Ізогіпс	321478,25	12,3	6	4	21	20	0,03	350000
Ґіпсокартон	1308874,3	9,8	8	12	76	77	0,13	1300000
Руберойд	79776,6	7,6	5	9	27	21	0,09	80000
ТОВ «Будматеріали», м. Коростень, Житомирська обл.								
Водоемульсійка	33950,60	-5,2	3	5	34	32	0,06	30000
Цвяхи	35942,90	-3,7	1	2	32	21	0,12	40000
Сухі суміші	730709,45	-1,2	4	7	68	70	0,05	800000
Сатенгіпс	310835,61	7,8	6	8	70	54	2,1	300000
Цемент	1243646,14	8,5	12	15	75	70	1,8	1300000
Ґіпсокартон	1777845,14	4,8	9	13	52	60	1,5	2000000
Профіля	1071498,42	3,6	3	5	60	54	0,9	1000000
Полікарбонат	27876,02	-7,8	2	4	45	24	1,09	25000
Шифер	566691,80	6,5	5	7	72	70	2,01	610000
Ондулін	377 929,45	4,3	3	5	48	45	1,07	375000
ПП «Кахлі», м. Коростень, Житомирська обл.								
Затирка	10411,10	-4,2	4	6	51	32	0,06	10000
Заповнювачі	189108,90	2,0	5	8	25	27	3,2	190000
Пластикові ел.	67906,90	2,3	3	6	36	32	2,1	70000
Профіля	890401,73	5,4	7	11	36	40	1,08	900000
Плінтуса	17424,60	2,1	3	4	46	43	1,04	15000
Клей	230101,00	6,4	6	5	65	61	4,08	240000
Плитка	3455679,9	8,2	15	17	75	80	6,03	3500000
Ґрунтовка	186693,08	3,8	4	6	47	43	2,15	185000
Вапно	65894,24	2,1	2	1	26	31	3,01	60000
Фарба	33950,60	-3,4	3	5	34	28	5,01	35000
ПП «Сантехніка», м. Коростень, Житомирська обл.								
Меблі	468 198,90	2,1	4	7	33	37	0,07	450000
Дзеркала	177 094,90	1,8	4	6	32	28	2,01	200000
Акcesуари	51 186,00	-3,2	1	1	25	31	2,13	50000
Умивальники	26 568,30	4,1	9	14	43	38	1,24	30000
Мийки	13 261,30	5,3	12	10	25	28	6,54	15000
Унітази	68 189,40	-1,1	7	4	45	47	3,75	70000
Ванни	38 431,50	6,4	9	6	52	54	1,89	35000
Бокси	138 398,00	3,9	4	3	32	12	3,21	140000
Сифони	88 698,62	4,8	3	2	67	45	2,46	90000
Змішувачі	7 325,40	-2,1	6	7	34	31	5,36	7500
ПП «Інструменти», м. Коростень, Житомирська обл.								
Ножі, леза	4 720,48	-2,1	3	4	54	51	3,21	5000
Молоток	8 470,30	4,2	5	2	65	46	1,59	9000
Стрічки ізоляційні	5 517,85	1,1	2	1	23	26	2,49	5000
Валики	24 020,80	1,6	3	7	31	26	6,09	25000
Шпателя	13 239,23	3,1	4	3	57	51	5,01	10000
Електроінструменти	17 614,00	-0,9	7	6	47	46	4,06	21000
Садові	26 940,05	-2,3	7	7	34	40	4,31	30000
Кисті, щітки	15 035,32	1,8	5	4	38	35	3,67	15000
Шпателя	12 829,45	1,3	4	3	45	43	3,21	13000
Ущільнювачі	17 681,79	3,5	3	6	36	43	2,57	20000

маркет», а перед суб'єктами малого бізнесу постає одне з найскладніших завдань – правильний оптимальний підбір асортименту будівельних товарів.

У першу чергу асортимент будівельного магазину визначає кон'юнктура ринку. Для створення прийняттого асортименту великого будівельного магазину необхідно співпрацювати з 80–150 поставачальниками. При відсутності фінансового дефіциту проблем з поставачальниками не буде.

Але власники – суб'єкти малого бізнесу невеликих будівельних магазинів роздрібної торгівлі, як правило, не мають зайвих грошей і воліють брати товар на реалізацію. Товаропостачальники, у свою чергу, зацікавлені у стовідсотковій передоплаті свого товару. Компромісом стає особиста домовленість поставачальника та власника будівельного магазину про максимальну знижку або відстрочку платежу.

Практика малого бізнесу показує, що на початкових періодах роботи будівельних магазинів вдається взяти під реалізацію від 20 до 30% товару. Далі частка такого товару може збільшитися до 50–60%.

Складаючи асортимент будівельного магазину, необхідно правильно розрахувати кількість товару. Зазвичай товарний запас в успішних магазинах у два-три рази більше обсягу середньомісячного обороту.

Стає необхідним дослідження організації товаропостачання суб'єктів малого бізнесу. Товаропостачання роздрібних торговельних об'єктів повинно базуватися на основних принципах:

1. Безперервність постачання передбачає регулярну доставку товарів у кількості й асортименті, які забезпечують постійну наявність у продажу необхідних товарів і безперервність торговельного процесу.

2. Ритмічність завезення товарів означає періодичне поповнення їх запасів.

3. Плановість означає, що закупівля товарів і організація їх доставки повинні плануватись.

4. Оперативність є своєчасним врахуванням і виконанням вимоги роздрібних торговців щодо зміни асортименту, кількості товарів, терміну їх завезення.

5. Технологічність виконання різних видів робіт та окремих операцій на всіх етапах товаропостачання.

6. Централізація передбачає централізоване виконання окремих видів робіт.

7. Економічність – оптимальний рівень витрат, пов'язаних як з виконанням комерційних операцій по закупівлі товарів, так і технологічних, що забезпечують доставку товарів.

Особливості діяльності суб'єктів малого бізнесу впливають на індивідуальність в організації товаропостачання, тому варто дослідити комплексний характер товаропостачання малого бізнесу, що виявляється, зокрема, у взаємозв'язках між окремими його принципами.

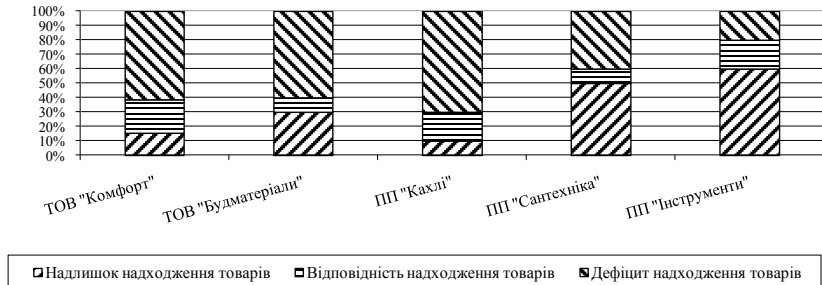


Рис. 1. Відповідність обсягу надходження товарів товарним потребам суб'єктів малого бізнесу

Таблиця 2

Результати оцінки відповідності цільового обсягу надходження товарів товарним потребам суб'єктів малого бізнесу Житомирської області у 2014 р. (на прикладі ТОВ «Комфорт», м. Овруч)

Товарні групи асортименту	Показники									
	1. Товарооборот річний плановий, грн.	2. Товарооборот I кварталу плановий, грн.	3. Товарооборот IV кварталу плановий, грн.	4. Інше вибуття у плановому році, грн.	5. Товарні запаси на початок планового періоду, грн.	6. Товарні запаси на кінець планового періоду, грн.	7. Приріст товарних запасів у плановому періоді, грн.	8. Надходження товарів у плановому році, грн.	9. Коефіцієнт відповідності цільового обсягу надходження товарів товарним потребам суб'єкта малого бізнесу	10. Оцінка відповідності цільового обсягу надходження товарів товарним потребам суб'єкта малого бізнесу
ТОВ «Комфорт», м. Овруч, Житомирська обл.										
Інструменти	29207,31	876,22	876,22	306,68	408,90	389,43	-19,47	29494,51	1,03	Надлишок надходження
Шифер	1227830,62	98226,45	159617,98	12401,09	26193,72	44338,33	18144,61	1258376,32	0,96	Дефіцит надходження
Лаки	10754,58	322,64	322,64	222,62	143,39	146,98	3,58	10980,78	0,93	Дефіцит надходження
Вагонка	419500,46	33560,04	50340,06	41,95	8576,45	13424,01	4847,56	424389,98	0,94	Дефіцит надходження
Розчинювачі	11966,78	359,00	598,34	123,26	143,60	219,39	75,79	12165,83	1,04	Надлишок надходження
Грунтовка	10581,41	634,88	952,33	7,41	225,74	380,93	155,19	10744,01	0,93	Дефіцит надходження
Лінолеум	32880,81	1644,04	986,42	348,54	566,28	328,81	-237,47	32991,87	0,98	Дефіцит надходження
Ізогіпс	361020,07	21661,20	14440,80	108,31	5054,28	3209,07	-1845,21	359283,17	0,97	Дефіцит надходження
Гіпсокартон	1437143,98	114971,52	172457,28	1868,29	97087,06	147546,78	50459,72	1489471,99	0,87	Дефіцит надходження
Руберойд	85839,62	4291,98	7725,57	77,26	1287,59	1802,63	515,04	86431,91	0,93	Дефіцит надходження

Мета факторного аналізу для принципів товаропостачання суб'єктів малого бізнесу буде полягати у сконцентруванні вихідної інформації, представленої у вигляді масиву даних і виділенні якомога більшої кількості ознак через якомога меншу кількість характеристик. Вважається, що наймісткіші характеристики і будуть найсуттєвішими. Саме ці узагальнені місткі характеристики і називаються факторами.

Нижче у таблиці 3 представлено масив даних з оцінками опитаних респондентів за вагомістю принципів товаропостачання (за 7-бальною шкалою).

Таблиця 3
Вихідні дані факторного аналізу

		Принципи товаропостачання (змінні)						
		Techno	Centr	Econom	Bezperreb	Rythm	Plan	Plan
Опитані особи (значення змінних – особи)	1	5	2	6	6	5	5	4
	2	4	1	7	4	4	5	5
	3	5	3	6	5	5	7	4
	4	5	1	5	6	6	5	4
	5	4	2	6	5	6	4	5
	6	4	1	6	4	6	4	6
	7	6	2	5	6	4	5	5
	8	6	1	7	5	5	4	4
	9	5	2	4	4	6	5	5
	10	3	1	5	6	1	4	6
	11	5	2	6	5	4	4	6
	12	6	1	5	3	5	5	6
	13	5	3	6	6	5	5	5
	14	5	2	5	7	4	4	4
	15	6	3	7	6	5	5	4
	16	7	2	5	5	4	3	6
	17	5	3	5	7	6	4	4
	18	4	4	5	5	4	6	4
	19	4	2	6	4	3	5	5
	20	5	3	7	6	6	4	4
	21	6	2	6	5	5	5	6
	22	5	2	6	6	5	6	6
	23	5	3	5	4	5	5	7
	24	6	1	5	7	4	4	5
	25	6	1	5	5	5	5	6
	26	6	2	6	6	6	6	4
	27	5	3	7	4	4	4	6
	28	5	2	7	6	5	4	5
	29	4	1	6	5	6	6	7
	30	5	2	4	4	4	5	6

Масив даних було зведено до програми Statistica і автоматично проаналізовано. В основі нашого аналізу лежить матриця кореляцій між змінними. Доцільність виконання факторного аналізу визначається наявністю кореляцій між змінними [1].

Кореляційна матриця, побудована на підставі даних, отриманих з відповідей респондентів про переваги різних принципів товаропостачання, показана на рис. 2.

		Correlations (Factor.sta) Casewise deletion of MD N=30						
		Techno	Centr	Econom	Bezperreb	Rythm	Plan	Operat
Variable	Techno	1,00	-0,00	-0,06	0,13	0,23	-0,12	-0,09
	Centr	-0,00	1,00	0,09	0,12	0,08	0,19	-0,30
	Econom	-0,06	0,09	1,00	0,04	0,14	-0,05	-0,19
	Bezperreb	0,13	0,12	0,04	1,00	0,02	-0,13	-0,51
	Rythm	0,23	0,08	0,14	0,02	1,00	0,20	-0,19
	Plan	-0,12	0,19	-0,05	-0,13	0,20	1,00	-0,09
	Operat	-0,09	-0,30	-0,19	-0,51	-0,19	-0,09	1,00

Рис. 2. Кореляційна матриця принципів товаропостачання

За даними рис. 2, відносно високе значення кореляції спостерігається між Techno (технологічність), Rythm (ритмічність) і Plan (плановість).

Можна стверджувати, що ці зміни корелюють з одним і тим же набором факторів. Аналогічно, відносно високі кореляції спостерігаються між Rythm (ритмічність), Econom (економічність) і Plan (плановість). Також можна очікувати, що ці зміни корелюють з одними і тими ж факторами.

Постає актуальним представлення власних значень змінних (принципів) за допомогою використання критерію каменистого насипу Кеттела (Cattell, 1966 р.). Графік, представлений нижче, був доповнений відрізками, що з'єднують сусідні власні значення, щоб зробити критерій більш наочним. Кеттел стверджує, ґрунтуючись на методі Монте-Карло, що точка, де безперервне падіння власних значень сповільнюється і після якої рівень інших своїх значень, відображає тільки випадковий «шум». На рис. 3 ця точка може відповідати фактору 2 або 3 [5].

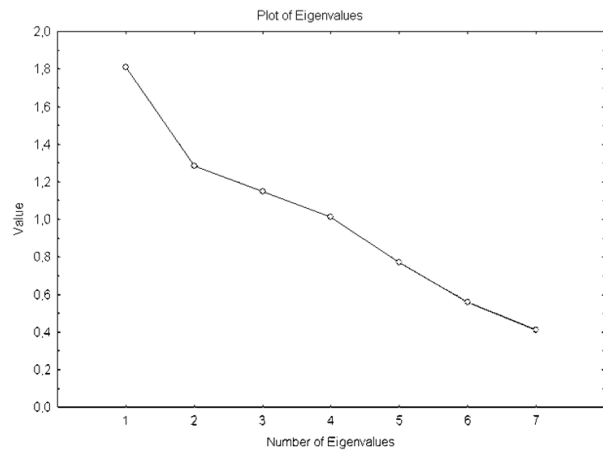


Рис. 3. Графік каменистого осипу для визначення оптимальної кількості факторів моделі аналізу принципів товаропостачання суб'єктів малого бізнесу

Відповідно до цього критерію, слід залишити в моделі чотири фактори тому, що у точці 4 (по осі ОХ) відбувається найбільший розрив між крутою частиною і осипом.

Власні значення (eigenvalues) – це дисперсії, які пояснюються факторами. На рис. 4 наведені власні значення виділених факторів.

Eigenvalues (Factor.sta) Extraction: Principal components				
Value	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	1,810471	25,86387	1,810471	25,86387
2	1,283177	18,33110	3,093647	44,19496
3	1,148408	16,40583	4,242055	60,60079
4	1,012141	14,45915	5,254196	75,05994

Рис. 4. Власні значення факторів

У стовпчику Eigenvalue наведено дисперсії кожного фактору, а в стовпчику % Total Variance – відсоток від загальної дисперсії для кожного фактору. У нашому випадку перший фактор пояснює приблизно 26% дисперсії, а другий фактор – 19% дисперсії. Стовпчик Cumulative Eigenvalue містить накопичену, або кумулятивну, дисперсію виділених факторів, а стовпчик Cumulative % – накопичений відсоток від загальної дисперсії. Для

аналізу важливими є такі показники: накопичений відсоток дисперсії обох факторів (75%), який визначає, наскільки повно вдалося описати нашу сукупність даних з допомогою виділених факторів. Чим вищий цей показник, тим більшу частину масиву даних вдалося факторизувати; відсоток загальної дисперсії для кожного фактора, який вказує на значимість цього фактора. Чим більший відсоток дисперсії пояснює фактор, тим він значиміший і тим більше змінних він в себе включає. У нашому випадку перший фактор пояснює 26% дисперсії, а другий – 19%, третій – 16% і четвертий – 14%. Разом вони описують 75% дисперсії, тобто дві третіх масиву даних. Це означає, що факторизація повна.

Також цю інформацію, на якій ґрунтується інтерпретація факторів, можна представити завдяки факторним навантаженням (рис. 5).

Variable	Factor Loadings (Unrotated) (Factor.sta) Extraction: Principal components (Marked loadings are > ,700000)			
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
Techno	0,282055	0,352540	0,736492	0,113619
Centr	0,521717	-0,373740	-0,265084	0,228878
Econom	0,338717	-0,089325	-0,205869	-0,866210
Bezperreb	0,652834	0,494176	-0,209711	0,224295
Rythm	0,440380	-0,322605	0,641178	-0,247404
Plan	0,152149	-0,810092	0,063553	0,282142
Operat	-0,837091	-0,081849	0,184957	-0,073517
Expl.Var	1,810471	1,283177	1,148408	1,012141
Prp.Totl	0,258639	0,183311	0,164058	0,144592

Рис. 5. Неповернуті факторні навантаження

При визначенні першого фактора візуальний аналіз свідчить (рис. 5), що найбільший вплив належить «оперативності». Від’ємне значення принципу оперативності (Operat= -0,837091) означає, що суб’єкт малого бізнесу має значну оперативну залежність від зовнішнього впливу. На формування другого фактору впливає «плановість», з таким же від’ємним значенням. «Технологічність» третього фактору має досить вагомий вплив – 0,736492 на відміну від «економічності» четвертого (Econom = -0,866210).

Дійсна орієнтація факторів у факторному просторі доцільна, і всяке обертання факторів відтворює кореляції так само добре, як й інші обертання. Тому є доцільним повернути фактори таким чином, щоб вибрати найпростішу для інтерпретації факторну структуру. Найбільш стандартними обчислювальними методами обертання для отримання простої структури є метод обертання варимакс, запропонований Кайзером (Kaiser, 1958 р.) [4].

Фактор 1, як видно з рис. 6, має найвищі навантаження для змінних, що відносяться до принци-

пів безперервності та оперативності. Найменші навантаження він має для змінних, що відносяться до принципів плановості. Інші навантаження приймають проміжні значення. Фактор 2 має найвищі навантаження для змінних відповідно пропорційних до Фактора 1.

Variable	Factor Loadings (Varimax raw) (Fa) Extraction: Principal components (Marked loadings are > ,700000)		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Techno	0,084218	-0,203138	-0,835405
Centr	0,468660	0,492020	0,142875
Econom	0,355020	0,171004	0,099037
Bezperreb	0,787297	-0,292928	-0,093478
Rythm	0,089294	0,480621	-0,685673
Plan	-0,090621	0,821321	0,025610
Operat	-0,840086	-0,156068	0,107367
Expl.Var	1,694541	1,328321	1,219193
Prp.Totl	0,242077	0,189760	0,174170

Variable	Factor Loadings (Varim Extraction: Principal co (Marked loadings are >	
	Factor 1	Factor 2
Techno	0,380911	-0,242376
Centr	0,372811	0,522381
Econom	0,291626	0,194067
Bezperreb	0,777571	-0,256489
Rythm	0,312382	0,447690
Plan	-0,118015	0,815764
Operat	-0,818577	-0,193269
Expl.Var	1,755320	1,338327
Prp.Totl	0,250760	0,191190

Рис. 6. Факторне обертання за методом варимакс за 3 і 2 факторами

Ця модель передбачає в деякому розумінні, що принципи безперервності, оперативності і плановості згідно до цієї вибірки можуть бути незалежними один від одного, але обидва дають внесок у весь процес товаропостачання суб’єктів малого бізнесу [3].

Висновки. Таким чином, досліджено особливості організації товаропостачання суб’єктів малого бізнесу в роздрібній торгівлі будівельними матеріалами. Завдяки раціонально організованому товаропостачанню на роздрібних торгових підприємствах забезпечується повнота і стійкість асортименту товарів, необхідний рівень товарних запасів, задоволення попиту населення, а також високі фінансово-економічні показники роботи малого бізнесу. Але результати аналізу свідчать що суб’єкти малого бізнесу нехтують окремими принципами, такими як централізованість, технологічність і, відповідно, економічність, що є результатом недотримання комплексного складу принципів в організації товаропостачання. Це в подальшому впливає на відповідність обсягу надходження товарів товарним потребам суб’єктів малого бізнесу, спричинюючи або дефіцит, або надлишок надходження. Тому суб’єкти малого бізнесу мають звернути увагу на комплексне дотримання принципів товаропостачання, тобто на ефективність взаємодії товаровиробника, оптового посередника і роздрібного торговця у каналі розподілу, через який товар просувається до кінцевого споживача. І якщо хтось з учасників каналу розподілу не виконує свої функції належним чином, це негативно вплине і на результати діяльності підприємств, що, безумовно, не є стимулом для забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності.

Список літератури:

1. Боровиков В. STATISTICA: искусство анализа данных на компьютере (с CDROM) / В. Боровиков. – СПб. : Питер, 2003.
2. Боровиков В. Популярное введение в программу Statistica / В. Боровиков. – М. : КомпьютерПресс, 2000.
3. Боровиков В. Программа Statistica для студентов и инженеров / В. Боровиков. – М. : КомпьютерПресс, 2001.
4. Лігоненко Л.О., Височин І.В. Економіка торговельного підприємства: методика розв’язання практичних завдань : [навч. посіб.] / Л.О. Лігоненко, І.В. Височин. – К. : Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2010. – 456 с.
5. Салин В., Чурилова Э. Практикум по курсу «Статистика». В системе Statistica / В. Салин, Э. Чурилова. – М. : Перспектива, 2002.

Бондарчук М. Ю.

Київський національний торгово-економічний університет

ОСОБЕННОСТИ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА И ОРГАНИЗАЦИИ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА ЖИТОМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

Освещены особенности формирования товарного ассортимента и организации товароснабжения субъектов малого бизнеса в розничной торговле строительными материалами в региональном аспекте Житомирской области. Приведен анализ соответствия целевого назначения поступлений товаров товарным потребностям субъектов малого бизнеса на основе расчета коэффициента соответствия и выявлен комплексный характер товароснабжения малого бизнеса, составленный, в частности, во взаимосвязях между отдельными его принципами благодаря факторному анализу.

Ключевые слова: субъекты малого бизнеса, товарный ассортимент, товароснабжение, коэффициент соответствия, факторный анализ.

Bondarchuk M. Y.

Kyiv National Trade and Economics University

FEATURES OF PRODUCT ASSORTMENT AND ORGANIZATION OF GOODS SUPPLY OF SMALL ENTERPRISES IN ZHYTOMYR REGION

Summary

The article presents the peculiarities of the product assortment and organizations of goods supply of small enterprises in the retail trade of construction materials in the regional aspect of Zhytomyr region. An analysis of the conformity of products earmarked revenue to the trade needs of small enterprises based on the calculation of the coefficient of compliance is made, and the complex nature of goods supply of small enterprises is revealed, created, particularly in the relations among its principles through factor analysis.

Keywords: subjects of small business, product portfolio, commodity supply, rate matching, factor analysis.

УДК 330.322.01

Будяев М. О.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ» ПІД ВПЛИВОМ ЕТИЧНОГО ІНВЕСТИВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Проаналізовано фактори формування концепції інвестиційної привабливості підприємства та форми прояву концепції «етичне інвестування». За результатами дослідження було доповнено та уточнено концептуальні засади інвестиційної привабливості підприємства і наведено базові рекомендації для її підвищення. Також було проаналізовано зміну ролі суб'єктивних факторів на формування інвестиційної привабливості під впливом концепцій соціальної відповідальності підприємств та етичного інвестування.

Ключові слова: інвестиційна привабливість підприємства, етичне інвестування, соціальна відповідальність підприємств.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки та зростання конкуренції перед підприємствами постає питання пошуку додаткових (окрім чистого прибутку) джерел фінансування розвитку. У свою чергу, на інвестиції впливає стандартна для економіки проблема обмеженої пропозиції та необмеженого попиту, що призводить до суттєвого підвищення ролі забезпечення інвестиційної привабливості підприємства як ключового фактора при визначенні об'єктів (проектів) для інвестування. З іншого боку, підвищується роль і значення соціальної відповідальності підприємств та етичності інвестування.

Етичне інвестування є серйозною концепцією, яка ще недостатньо вивчена. Етичність визначається тим, наскільки дотримуються або не дотримуються в інвестиційній діяльності основні правила, норми та принципи етики та моралі, яка, в свою чергу, передбачає взаємну відповідальність сторін в інвестиційних процесах: інвесторів і тих, кого інвестують, а також прозорість, старанність, чесність, порядність у відносинах між сторонами.

Проте зараз існують прогалини у взаємодії моралі та права.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми інвестиційної привабливості та соціальної відповідальності привертають увагу чималої кількості вітчизняних і закордонних дослідників, серед яких: Д. Баюра, З. Галушка, О. Даниленко, І. Краснова, І. Комарницький, О. Кузнецова, С. Мошенський, В. Садков, Н. Орлова, А. Харламова, Л. Алексеєнко, В. Бабушкін, І. Бланк, Н. Брюховецька, Д. Епштайн, С. Донцов, К. Мейер, Г. Козаченко, Н. Макарій, В. Машкін, С. Супрун, У. Шарп, В. Федоренко, В. Хобта та ін. Разом з тим питання етичного інвестування залишаються недостатньо дослідженими.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні залишаються невирішеним питання впливу неекономічних факторів на інвестиційну привабливість окремого підприємства.

Мета статті полягає у дослідженні впливу концепції соціальної відповідальності та етичного інвестування на формування інвестиційної привабливості підприємства.