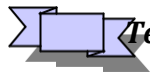


**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

***ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА  
ТОРГОВЕЛЬНОГО  
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ***

**Колективна монографія**

**Херсон 2018**



## **УДК 339.3 (477)**

Рекомендовано до друку Вченою радою Державного вищого навчального закладу «Херсонський державний аграрний університет» Протокол № 6 від 25 січня 2018 р.

Теорія і практика торговельного підприємництва в Україні: [Колективна монографія] / За редакцією Н.С. Танклевської. – Херсон: 202 с.

Колективна монографія є узагальнюючим результатом досліджень науковців Херсонського державного аграрного університета. У монографії розглянуто теоретичні, методичні та практичні аспекти ефективного функціонування торговельних підприємств, досліджено сучасний стан та перспективи розвитку комерційної діяльності.

Призначено для науковців, докторантів, аспірантів та магістрантів вищих навчальних закладів, фахівців-практиків, а також становить науковий інтерес для всіх, кого цікавить окреслене коло проблем.

### ***Рецензенти:***

***Хамініч Світлана Юріївна*** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної теорії та маркетингу Дніпровського національного університету ім. О.Гончара, м. Дніпр

***Мохненко Андрій Сергійович*** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, фінансів і підприємництва Херсонського державного університету, м Херсон

***Шарко Маргарита Василівна*** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва Херсонського національного технічного університету, м. Херсон

@ Колектив авторів, 2018

## **2.5. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Пожвавлення економічних відносин, посилення конкурентної боротьби за споживача та інвестора обумовлює якісно нові завдання перед системою управління торговельними підприємствами та їхніми об'єднаннями. Ефективне ведення бізнесу в сучасних умовах неможливе без оптимально побудованої системи фінансово-економічного управління, яким є система управління доходами.

Необхідність впровадження управління доходами на вітчизняних торговельних підприємствах викликана ускладненням конкурентного середовища та тією винятковою роллю, яку відіграють доходи в життєдіяльності підприємства торгівлі. Мінливість і непередбачуваність ринкового середовища примушує фінансових менеджерів нашої країни вишукувати нові інструменти управління і широко застосовувати управління доходами у практику фінансово-економічного менеджменту на торговельних підприємствах та їхніх об'єднаннях.

Виявлення переваг та недоліків запровадження нової системи управління доходами на торговельних підприємствах та об'єднаннях, їхня оцінка, покликані допомогти керівництву вищого рангу у прийнятті обґрунтованих управлінських рішень щодо доцільності запровадження цієї системи. Незважаючи на появу численних публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців практично відсутні ґрунтовні дослідження особливостей управління доходами на торговельних підприємствах.

В умовах ринку торговельна діяльність повинна здійснюватися за принципом самофінансування й саморозвитку. Це припускає, що головною метою фінансово-господарської діяльності будь-якої комерційної організації повинна бути прибуток.

Торгівельне підприємство за надані їм послуги з доведення товару до споживача й по його реалізації стягує плату, яку можна назвати ціною торговельних послуг. Цією платою стає торговельна надбавка до ціни закуплених товарів. Торговельна надбавка є основним джерелом формування

валового доходу. Ціна торговельної надбавки включає вартість торговельних послуг та певну „закладену” норму прибутковості.

Валовий дохід від реалізації товарів характеризується сумою й рівнем. Рівень валового доходу в роздрібній торгівлі розраховується як відношення суми валового доходу від реалізації до обсягу товарообігу, виражене у відсотках.

Товарообіг - обсяг реалізації товарів у грошовому вираженні, характеризує заключний етап руху продукції зі сфери обігу в сферу споживання, констатує суспільне визнання вартості і споживчої вартості частини суспільного продукту у виді конкретних видів товарів; відображає пропорції між виробництвом і споживанням, попитом та пропозицією, реалізацією і грошовим обігом, обсягом і структурою торгової мережі, матеріальними і трудовими ресурсами.

В контексті управління доходами використовується два види доходів:

- валовий дохід по загальній його сумі;
- валовий дохід, що залишається в розпорядженні підприємства (загальна сума доходу від реалізації товару за мінусом податків й інших обов'язкових платежів, що стягують за рахунок валового доходу).

Основні вимоги, пропоновані до обґрунтування торговельних надбавок, укладаються в наступному: вони повинні створювати умови для прибуткової роботи торговельного підприємства, відображати специфіку реалізації окремих груп товарів, стимулювати ефективне використання наявних ресурсів, урахувати територіальне розміщення постачальників, шляхи просування окремих товарів до споживача й т.д.

Рівень торговельної надбавки визначається з врахуванням кон'юнктури ринку, співвідношення між попитом та пропозицією на конкретний товар, розміру вільної відпускної ціни, витрат обігу, прибутку, ставок непрямих податків й умов взаєморозрахунків контрагентів.

За рахунок доходу відбувається поповнення такої важливої у фінансовому відношенні категорії як власні оборотні кошти. Варто зауважити, що вони відіграють важливе значення для фінансової стійкості та ліквідності підприємства.

Управління доходами торговельного підприємства включає в себе такі структурні елементи: планування виручки та вартості торговельних послуг (поточне і перспективне); планування розподілу валових доходів відповідно до цілей, поставлених перед підприємством, аналіз відхилень від планових показників, виявлення факторів що зумовили відхилення, та розробка заходів по виправленню ситуації в більш сприятливий бік, контроль за виконанням намічених до реалізації заходів.

При цьому необхідно зауважити, що ключовою ланкою в усій схемі управління доходами є аналіз. Аналіз дозволяє виявляти фактори які сприяють підвищенню доходів підприємства, і які – навпаки, знижують. Результати аналізу використовуються як для подальшої розробки заходів щодо коригування ситуації, так і для майбутнього планування доходів підприємства і їх розподілу.

У процесі аналізу валового доходу встановлюється ступінь відповідності фактичних (очікуваних) показників плановим, виконання плану по валових доходах. Визначається динаміка валового доходу, причини його росту або зниження. У зв'язку з тим, що існують певні розбіжності у формуванні цін на товари, що поставляють із різних джерел, доцільно організувати облік валових доходів залежно від того, по яких каналах надходить товар на торговельне підприємство для його наступної реалізації кінцевому споживачеві.

Загальна тенденція розвитку валового доходу торговельного підприємства відповідає оптимальному співвідношенню індексу росту валового доходу і індексу росту товарообігу. При аналізі особливу увагу варто приділити розрахунку впливу основних факторів: обсягу й структури товарообігу, середнього рівня торговельної надбавки, швидкості руху товарів, рівня вільних відпускних цін й ін.

Значний вплив на валовий дохід робить зміна структури товарообігу. Збільшення частки товарів з більше високим рівнем торговельних надбавок веде до підвищення середнього рівня валового доходу, і навпаки. Вплив зміни структури товарообігу на рівень валового доходу визначають методом процентних чисел.

При покупці товарів через оптові підприємства й інших посередників торговельне підприємство віддає їм частину торговельної надбавки, що

зменшує його валовий дохід. Вплив зміни кількості ланок при організації руху товарів на валовий дохід вивчають по договорах поставки товарів, рахункам-фактурам і даним обліку надходження товарів.

Наступним етапом аналізу валового доходу є аналіз по місяцях, кварталам, декадам, в розрізі підвідомчих підрозділів, у порівнянні з досягненнями конкурентів. Завершується аналіз валових доходів розрахунком втрачених можливостей зростання валових доходів і розробкою відповідних заходів.

Торговельне підприємство завжди працює «на замовлення», оскільки, торговельна послуга споживається й провадиться одночасно. В оптовій торгівлі поняття замовника досить очевидно, що робить необхідним й/або можливим сегментацію керування якщо не по всім, то принаймні по основним замовникам. У роздрібній торгівлі з її неловимим окремим покупцем як замовник виступає весь ринок, що надає особливого значення маркетинговим аспектам керування доходами торговельного підприємства.

Матеріали аналізу служать базою прогнозування й планування валового доходу на перспективу. Для прогнозування валового доходу використовують наступні методи:

Метод техніко-економічних розрахунків. Розрахунок валового доходу на планований період базується на прогнозованій структурі товарообігу і діючих нормах торговельних надбавок, у тому числі тих, які регулюються державою по соціально значимих товарах.

Розрахунково-аналітичний метод. На основі поточних даних звітного року й вивчення динаміки рівня валового доходу за два попередні роки визначається очікуваний рівень валового доходу за поточний рік. Цей очікуваний рівень приймають за базову величину для прогнозування суми валового доходу.

Метод ковзної середньої. Суть методу полягає у вирівнюванні по методу ковзної середньої динамічного ряду (4-5 років) рівня валового доходу й поширенні виявленої тенденції в розвитку валового доходу на перспективу.

Прогнозні розрахунки валового доходу від реалізації, зроблені з використанням згаданих методів, вважаються надійними тоді, коли їхня розрахункова величина задовольняє вимозі, з одного боку, беззбиткової роботи

підприємства, з іншого боку - одержання необхідного чистого прибутку для фінансування його виробничого й соціального розвитку. Для цього розраховуються критична величина валових доходів, точка беззбитковості, запас фінансової міцності, розмір валового доходу, що забезпечує одержання необхідного цільового прибутку.

При цьому механізм економічного обґрунтування планового обсягу валового доходу включає аналіз досягнутих результатів, ринкової ситуації і кон'юнктурних коливань, визначення умов здійснення продажів, контроль за процесом реалізації. В цьому питанні управління доходами торговельного підприємства виявляє тісний зв'язок з цілями, яких прагне воно досягти в своїй діяльності. Проблема розподілу доходів підприємства ускладнюється тим, що між цілями завжди існує жорстка взаємозалежність. Умовно цілі підрозділяється на вищі (отримання прибутку); кінцеві (перемога в конкурентній боротьбі); проміжні (прискорення товарооборотності і ін.); підцілі (збільшення реалізації, наприклад, певної групи товарів); взаємодоповнюючі (отримання прибутку і прискорення обороту); конкуруючі (збільшення обсягу реалізації і зменшення черг і часу на обслуговування покупців); нейтральні, або відособлені (в чистому вигляді рідко зустрічаються). Для досягнення цілей, як правило необхідне фінансування, яке може забезпечується з доходів підприємства (при необхідності можуть бути використані і зовнішні джерела фінансування). Однак, необхідно зауважити, що отримати зовнішнє фінансування підприємство може, якщо має певний рівень доходу, тому забезпечення доходності підприємства торгівлі є необхідною умовою його фінансування.

Зрозуміло, що з економічної точки зору мінімальний рівень доходу визначається, виходячи з беззбитковості діяльності торговельного підприємства. Важливе місце в управлінні доходами має контроль за ходом виконання розроблених заходів для виправлення ситуації, коли виявлено відхилення (в негативний бік) між фактичними і планованими показниками валового доходу. Адже може виявитися так, що розроблені заходи не приносять очікуваного ефекту, в зв'язку з чим необхідно або додатково провести аналіз причин відхилень, або переглянути планові показники.

Якість прибутку відображає наскільки для даної організації є характерним (стабільним) досягнутий рівень прибутку, а також ступінь використання господарських резервів для його досягнення. Відомо, що відсутність стабільності відображає ризикованість бізнесу. З огляду на, що резерви визначають собою можливість найбільш повного й раціонального використання економічного потенціалу підприємства, можна припустити, що високий ступінь їхньої реалізації виступає своєрідним гарантом стабільності. Оскільки джерела резервів невичерпні (відповідно до законів економічної теорії), то має сенс говорити й про необмеженість росту якості прибутку.

Головними особами, зацікавленими в оцінці якості прибутку насамперед є фінансові керівники, що бажають мати реальну оцінку результатів комерційної діяльності своєї фірми, і менеджери маркетингових відділів, що створюють стратегії просування товарів. Далі, дуже важливо мати подання про якість прибутку фірми її інвесторам і кредиторам, що приймають рішення про розміщення свого капіталу. І нарешті, аудитор, якому необхідно розпізнати фінансові хитрості клієнтів у ході перевірки, також повинен дати свою оцінку якості прибутку.

Ціль такої оцінки складається зовсім не в тім, щоб визначити рівень прибутку в порівнянні з результатами минулої діяльності підприємства й виявити фактори, що забезпечили досягнення цього рівня. Мова йде, скоріше, про те, щоб зуміти виділити ті аспекти фінансово-господарської діяльності підприємства, які, як можна чекати, забезпечать не стільки ріст прибутковості, скільки вплив на стабільність у майбутній період. Даний аспект набуває останнім часом все більшої ваги, в силу того, що власники підприємств все більше надають перевагу отримання хоч і невеликих, але стабільних доходів протягом тривалого часу, ніж отримання надприбутків в короткостроковій перспективі з ризиком банкрутства підприємства.

Таким чином, істотну роль грає тільки та інформація, що дозволяє вирішити, наскільки імовірно, що дане підприємство зможе досягти успіху в наступний період. На жаль, в умовах економічної кризи, що наступило, фінансово-господарська діяльність торговельного підприємства найчастіше



залежить від випадкових процесів, що визначають його доходи, і тому така інформація може виявитися малокорисною при оцінці перспективних можливостей. У зв'язку із цим оцінка якості прибутку повинна розглядатися як кошти, що допомагають проаналізувати загальну ефективність діяльності підприємства. Для оцінки якості прибутку поряд з різними методиками аудиторської перевірки можуть бути використані методи, способи й прийоми економічного й фінансового аналізу.

В цьому плані одним з найбільш вагомих факторів, які впливають на якість прибутку є стабільність доходів торговельного підприємства.

Стабільними можна назвати доходи, які відрізняються відносною сталістю протягом тривалого періоду часу, і внаслідок цього, можуть легко прогнозуватися на перспективу. Чим більше стабільність у доходах, тим вище якість прибутку. Стабільність властива, насамперед, доходам від основної діяльності в порівнянні з іншими джерелами.

Для оцінки тенденції в стабільності прибутковості підприємства краще розглядати доходи за тривалий період (наприклад, 10 років), що не завжди прийнятно в нинішній економічній ситуації в чинність своєї недоцільності. Тому, ми підтримуємо позицію, що краще використати для розрахунків більше короткий проміжок часу (2-3 роки), але взяти поквартальні дані, які дозволять згладити непостійні елементи формування доходів торговельного підприємства, а також циклічні коливання в життєдіяльності підприємства. Також поліпшити результативність аналізу дозволить застосування показника рентабельності продажів як досліджуваній показник, оскільки на абсолютні показники прибутковості сильний негативний вплив роблять інфляційні процеси.

Крім того, деталізація стабільності доходу за різними елементами дозволяє виділити нестабільні складові і розробити заходи для забезпечення стабільності, наприклад введення в продаж товарів, які можуть компенсувати нестабільність доходів від виявлених товарних груп і т.д.

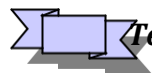
Отже, можна констатувати, що доходи торговельного підприємства є за сутністю та ціна, яку платить покупець за торговельні послуги, які „виробляє торговельне підприємство. Доходи відіграють для підприємств торгівлі винятково важливу роль, так як дозволяють покривати витрати обігу, забезпечувати розвиток підприємства і прибуток його власникам. Крім того

доходи підприємства у випадку спрямування їх на збільшення власних оборотних коштів сприяють зміцненню фінансового стану підприємства. В силу цього управління доходами є найважливішою ланкою управління підприємством торгівлі. Найважливішими складовими управління є аналіз динаміки формування доходів підприємства, планування на основі аналізу, забезпечення виконання планових показників, контроль і забезпечення стабільності доходів торговельного підприємства.

## ЗМІСТ

Стор.

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ЛОГІСТИКА ТА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР</b> .....	4
1.1. Тенденції та перспективи розвитку логістики в Україні / <i>Шепель Т.В</i> .....	4
1.2. Інформаційне забезпечення логістичної діяльності торговельних компаній / <i>Давидко А.В.</i> .....	15
1.3. Оптові ринки сільськогосподарської продукції як об'єкт логістики / <i>Бойко Л.О., Бойко В.О.</i> .....	24
1.4. Логістика овочевого ринку в Україні / <i>Галат Л.М.</i> .....	31
<b>РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ</b> .....	47
2.1. Системи контролю безпеки та якості продуктів харчування в Україні / <i>Бурак В.Г.</i> .....	47
2.2. Управління якістю харчових продуктів та безпекою продовольства в умовах глобалізації / <i>Бурак В.Г., Губа М.І., Карташова О.Г.</i> .....	63



2.3. Система управління підприємством у торгівлі: іноземний досвід / Грановська В.Г.....	77
2.4. Тенденції інноваційного розвитку підприємств роздрібною торгівлі в Україні / Петрова О.О.....	86
2.5. Концептуальні засади управління доходами торгового підприємства Пристемський О.С.....	100
2.6. Теоретичний базис управління грошовими потоками торговельних підприємств / Танклевська Н.С.....	108
2.7. Міжнародне регулювання торгівлі та торговельна політика країни в умовах глобалізації / Губа М.І.....	117
2.8. Державне регулювання підприємництва в Україні / Карташова О.Г.....	133
<b>РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ. БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ.....</b>	<b>145</b>
3.1. Сутність внутрішньої торгівлі як галузевої економічної системи / Руснак А.В.....	145
3.2. Економічна стратегія конкурентної політики як шлях до ефективної діяльності торговельних підприємств / Нікітенко К.С.....	156
3.3. Організаційно – економічні основи функціонування торгових підприємств / Карнаушенко А.С.....	168
3.4. Ринок цінних паперів України: проблеми та перспективи розвитку / Минкіна Г.О.....	179
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>188</b>
<b>ЗМІСТ.....</b>	<b>201</b>

**Теорія та практика торговельного підприємництва в Україні**  
Колективна монографія

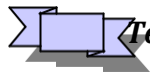
**За редакцією д.е.н., професора Танклевської Н.С.**

Умовн.друк.арк. 8,68

*Видається в авторській редакції.*

*Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори статей. Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково відображають позицію редакційної колегії.*

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»



2018 р.

Технічний редактор – к.е.н., доцент Петрова О.О.

Підписано до друку 25.01.2018 Формат 60X84 1/16. Папір офсетний.  
Друк різнографія. Гарнітура Times New Roman. Умовн.друк.арк. 8,68.  
Наклад 300

Віддруковано з готових оригінал-макетів у РВЦ «Колос» ДВНЗ «ХДАУ»  
м. Херсон, вул. Стрітенська, 23  
[www.ksau.kherson.ua](http://www.ksau.kherson.ua)