

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Збірник тез

Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції

**«Інноваційне підприємництво та торгівля:
сучасний стан та перспективи розвитку»**

**16-17 квітня 2020 року
м. Херсон**

УДК 33:338

Інноваційне підприємництво та торгівля: сучасний стан та перспективи розвитку: зб. матеріалів Міжнародної науково – практичної Інтернет-конференції / за ред. Д.е.н., проф. Танклевської Н.С. Херсон : ХДАУ, 16-17 квітня 2020р. 210с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції висвітлюють широкий спектр теоретичних і практичних питань інноваційного розвитку економіки України. Тематика конференції охоплює питання дослідження сучасного стану економічних відносин, управлінські та адміністративні аспекти розвитку підприємництва та торгівлі.

Призначено для науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, слухачів інститутів підвищення кваліфікації, спеціалістів з економіки та освіти, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Науково-методичною комісією економічного факультету Херсонського державного аграрно-економічного університету

© Херсонський державний аграрно-економічний університет, 2020

зв'язок з покупцями, запропонувати якісну продукцію, дешевшу, ніж у конкурентів, розширити ринки збуту, зайняти гідну позицію на всеукраїнському ринку продукції та вийти на світовий ринок.

Література

1. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2011. 240 с.
2. Брух О. О. Теоретичні проблеми збуту продукції сільського господарства. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка : економічні науки. 2011. № 112. С. 140–145.
3. Економіка логістичних систем: монографія / Васелевський М., Білик І., Дейнека О. та ін; за ред. Крикавського Є. та Кубіва І. Львів: Національний Університет «Львівська політехніка», 2009. 596 с.
4. Махмудов Х. З. Економіко-організаційний механізм формування попиту і стимулювання збуту: монографія. Полтава: (ФОПСТИЗ), 2008. 359 с.
5. Огерчук Ю. В. Аналіз організування збутової діяльності вітчизняних виробників. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2013. № 484. С. 335 – 341.
6. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств: автореферат дисертації кандидата. економічних наук: спец. 08.06.01. Львів: Львівська політехніка, 2005. 22 с.

*Пристемський О.С. - д.е.н., доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон, Україна*

УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пошук 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.

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. 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.

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).

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. 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.

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 невловимим 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; - розрахунково-аналітичний метод; - метод ковзної середньої.

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.

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.

Таким чином, істотну роль грає тільки та інформація, що дозволяє вирішити, наскільки імовірно, що дане підприємство зможе досягти успіху в наступний період. 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.

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 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.

Література

1. Лебедева С.Н. Экономика торгового предприятия. – Мн.: Новое знание. – 2002. – С.166.;
2. Бугріменко Р.М. Ефективність політики управління фінансуванням обігових активів торговельних підприємств: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі.. - Х., 2003. - 17 с.
3. Пэттон С. Смогут ли информационные технологии спасти A&P?. Директор информационной службы. - 2001.- № 1. –С.12.
4. Отенко І.П, Колодізева Т.О., Іванієнко В.В. Особливості економічного аналізу в галузях народного господарства: Навч. посіб. Харк. держ. екон. ун-т.. - Х., 2002. - С.96.

Прокончук О.Т. – к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТАРИФНОЇ ПОЛІТИКИ У АГРОСТРАХУВАННІ

Специфічним товаром страхового ринку є страховий захист – послуга, що надається страховими організаціями та має споживчу вартість і вартість. Споживча вартість страхової послуги полягає у можливості забезпечення страхового захисту, тобто за умови настання страхової події страховий захист реалізується у формі виплати страхового відшкодування. Вартість страхової послуги виражається у страховому внеску, який страхувальник сплачує при укладанні договору страхування. Страховий внесок (платіж) встановлюється при укладанні договору страхування і його розмір залишається незмінним протягом строку дії, якщо інше не передбачено умовами договору.

Достатній розмір страхового внеску забезпечує страховій компанії можливість:

- створити страхові резерви;