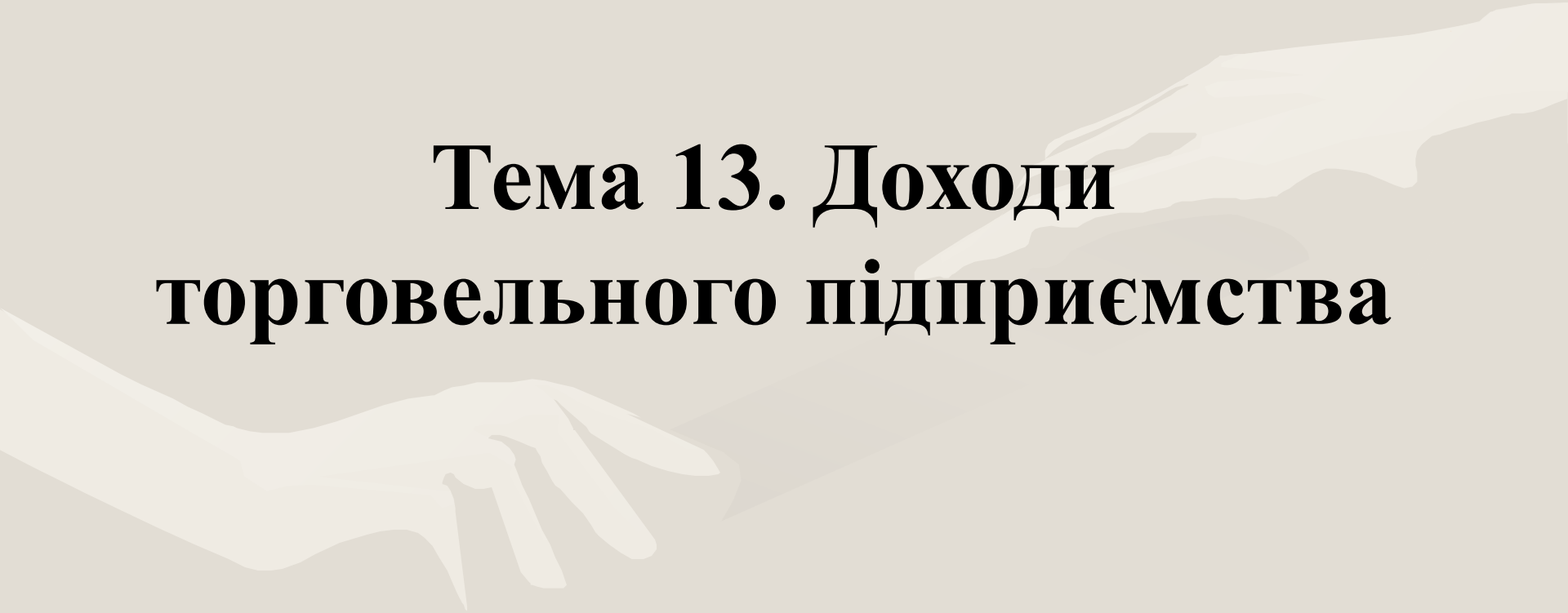
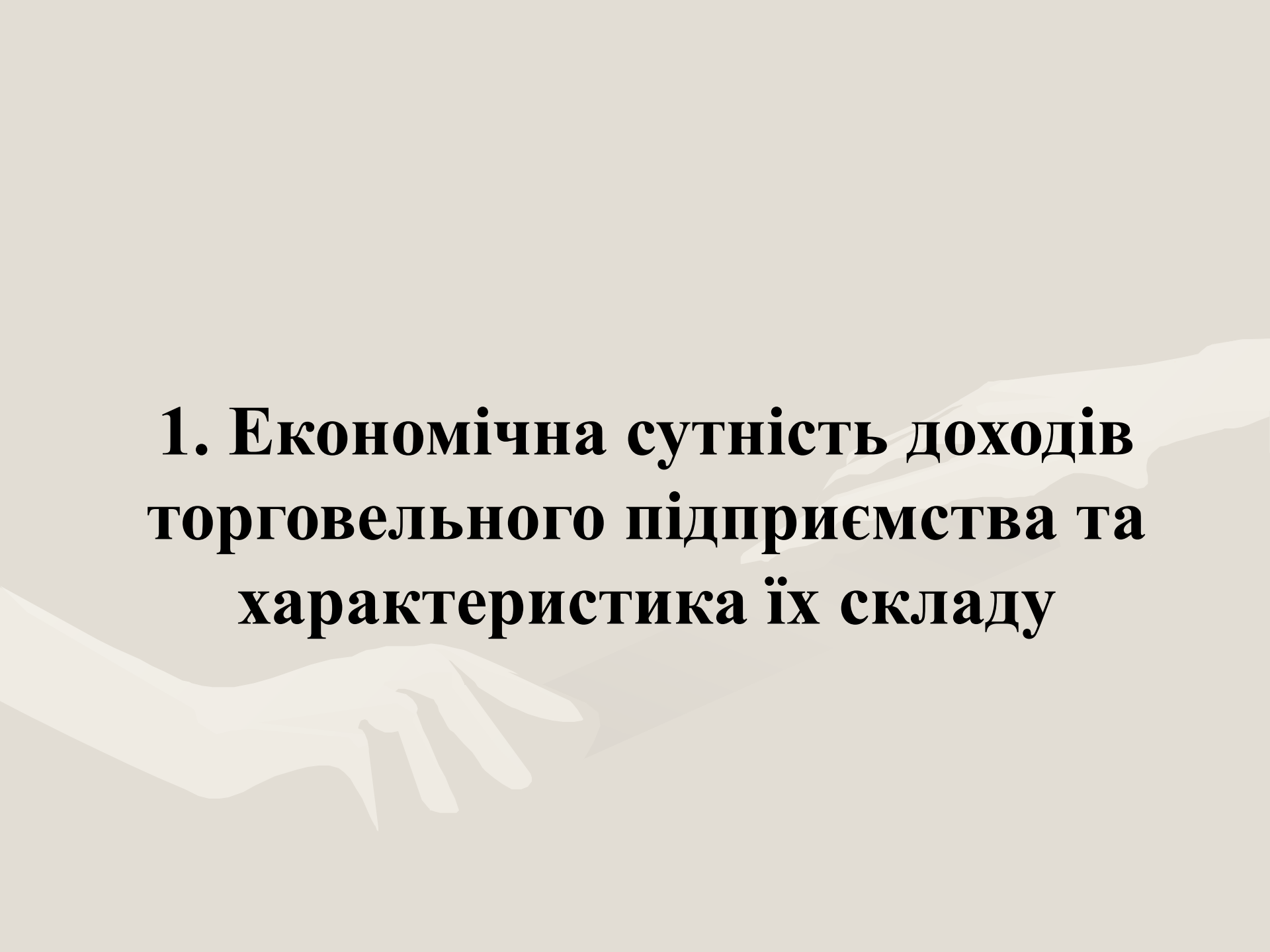


Частина 2. Економіка торговельного підприємства

Тема 13. Доходи торговельного підприємства





1. Економічна сутність доходів торговельного підприємства та характеристика їх складу

В умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою діяльність з *метою отримання* відповідного *доходу* (у-
приб
тку).

Отримання доходів -

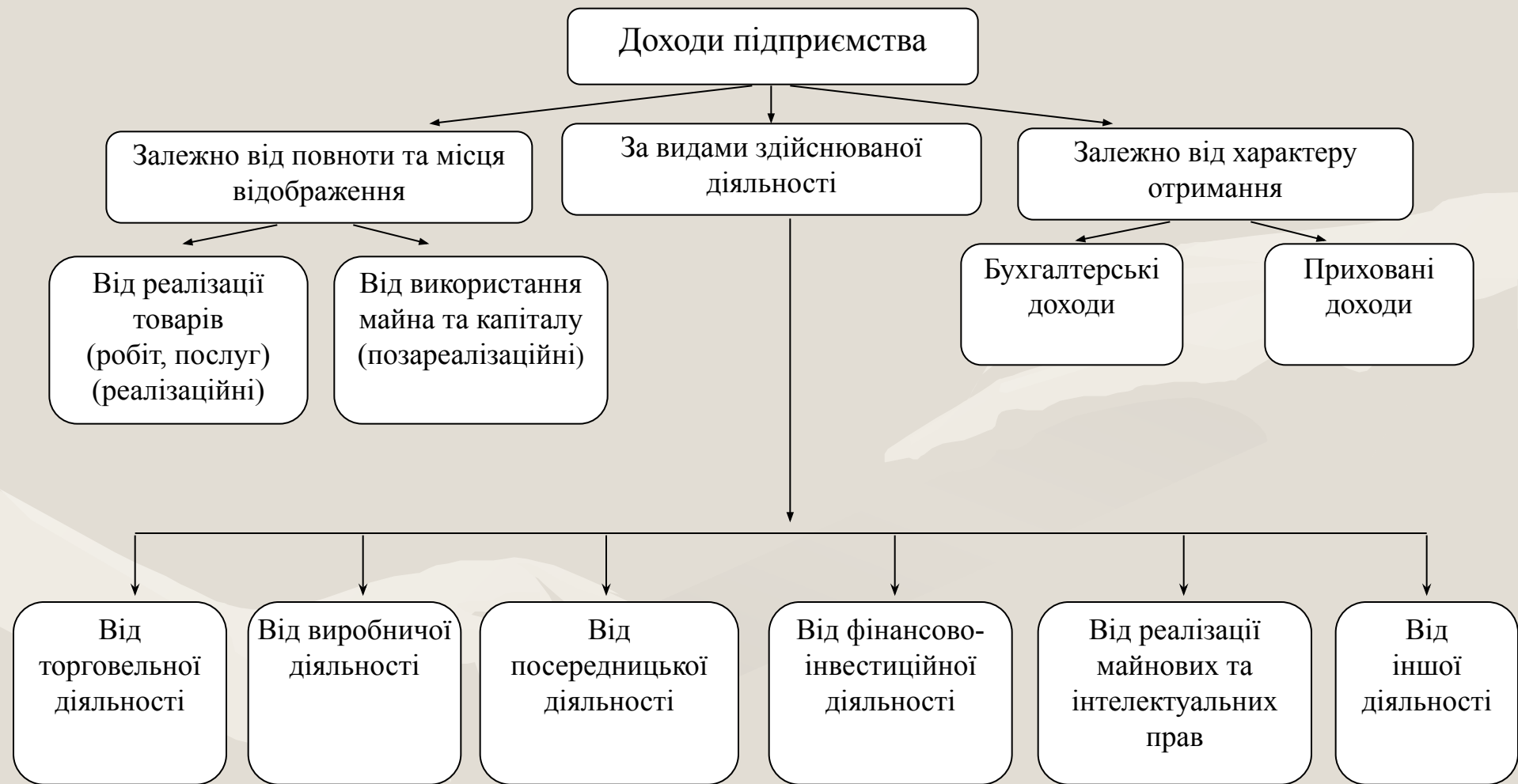
свідчить про те, що виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) та, що вона відповідає вимогам та попиту ринку по ціні, якості, іншим технічним, функціональним характеристикам та властивостям.

Отримання доходів створює *основу для самофінансування* підприємства за умови, що їх розмір є достатнім для покриття поточних витрат підприємства, виконання зобов'язань перед бюджетом та формування чистого прибутку.

Основні дефініції, що характеризують доходи торговельного підприємства

Відмітна особливість \ Дефініція	Доходи	Доходи, що враховуються при визначенні об'єкта оподаткування	Комерційний дохід від реалізації
1. Економічна сутність	Збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання за рахунок внесків учасників підприємства) за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена	Доходи – загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами	Обсяг торговельних надбавок та знижок, отриманих від товарів, реалізованих у звітному періоді
2. Вид обліку	Бухгалтерський	Податковий	Управлінський
3. Місце відображення	Рахунки бухгалтерського обліку, фінансова звітність (ф. № 2 «Звіт про фінансові результати»)	Рахунки податкового обліку, Декларація про податок на прибуток платника податку	Субрахунки бухгалтерського обліку, внутрішні реєстри накопичення інформації
4. Нормативна регламентація	НСБО № 3 «Звіт про фінансові результати» № 15 «Дохід»	Податковий кодекс України	Не регламентується

Аналітично-управлінська класифікація доходів торговельного підприємства



2. Комерційний дохід від реалізації товарів як головна складова доходів торговельного підприємства



Найбільшу частку в доходах торговельного підприємства посідають *доходи від основної діяльності – торговельної*. Ці доходи торговельного підприємства отримали назву *комерційного доходу від реалізації товарів*.

У зв'язку з тим, що в торгівлі нова споживча вартість не створюється, дохід від реалізації товарів являє собою плату за надання торговельно-посередницької послуги (доведення товарів до споживачів та їх реалізацію) яка становить частину виручки торговельного підприємства.



Основні джерела комерційного доходу від реалізації товарів

Торговельна надбавка до
ціни придбання товарів

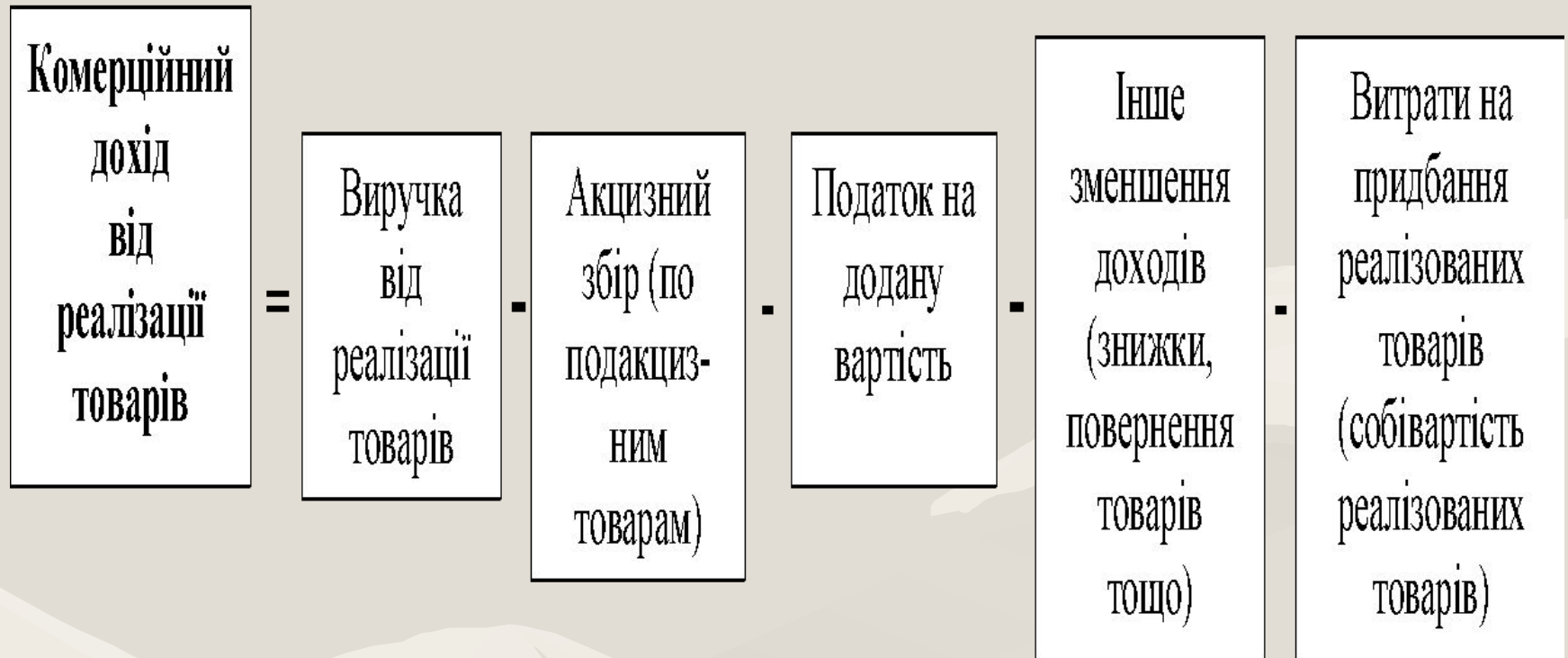
Торговельна знижка з
продажної ціни товару

Використовуються за умови, що:

продажна ціна товару
визначається торговельним
підприємством самостійно

продажна ціна товару
визначається виробником
або учасниками мережі
просування товарів

Порядок визначення обсягу комерційного доходу від реалізації товарів



Характеристика показників достатності формування доходів

Назва показника	Алгоритм розрахунку	Аналітичні можливості	Оптимальна тенденція
1. Доходність витрат	$\frac{\text{Доходи}}{\text{витрати}}$	Співвідношення між обсягом доходів та витрат, перевірка дотримання принципу самокупності	Більше одиниці зростання
2. Прибутковість доходів	$\frac{\text{Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування}}{\text{Доходи}}$	Рівень формування прибутку до оподаткування, дотримання принципу прибутковості	Позитивне значення, зростання

3. Фактори, що впливають на формування комерційного доходу. Цінова політика торговельного підприємства



Фактори, що визначають розмір торговельної надбавки та її диференціацію



Принципи формування цінової політики торговельного підприємства

Забезпечення ув'язки цінової політики підприємства із загальною стратегією торгового менеджменту та пріоритетними цілями розвитку товарообороту

Врахування кон'юнктури споживчого ринку та особливостей обраної ринкової ніші

Врахування витратоємності реалізації товарів та її диференціації залежно від місця продажу товарів, якості торговельного обслуговування та інших факторів

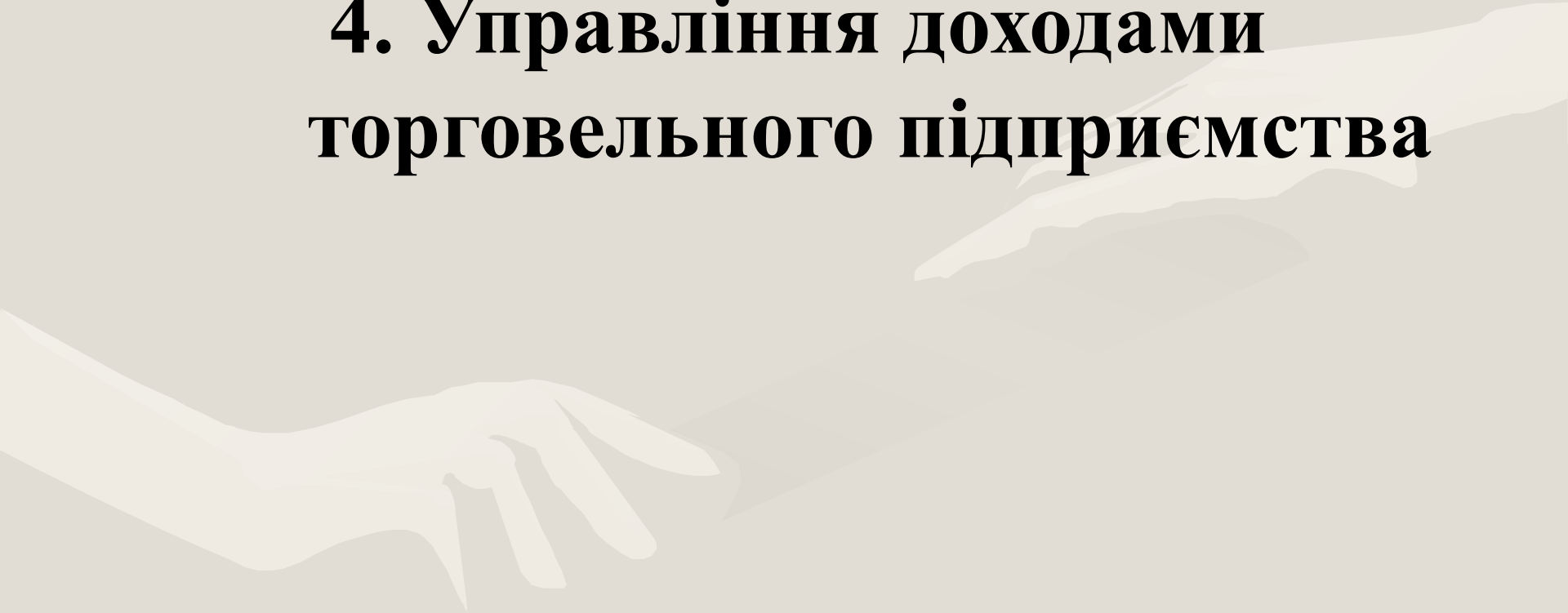
Здійснення активної цінової політики на ринку

Забезпечення гнучкості (динамізму) цінової політики

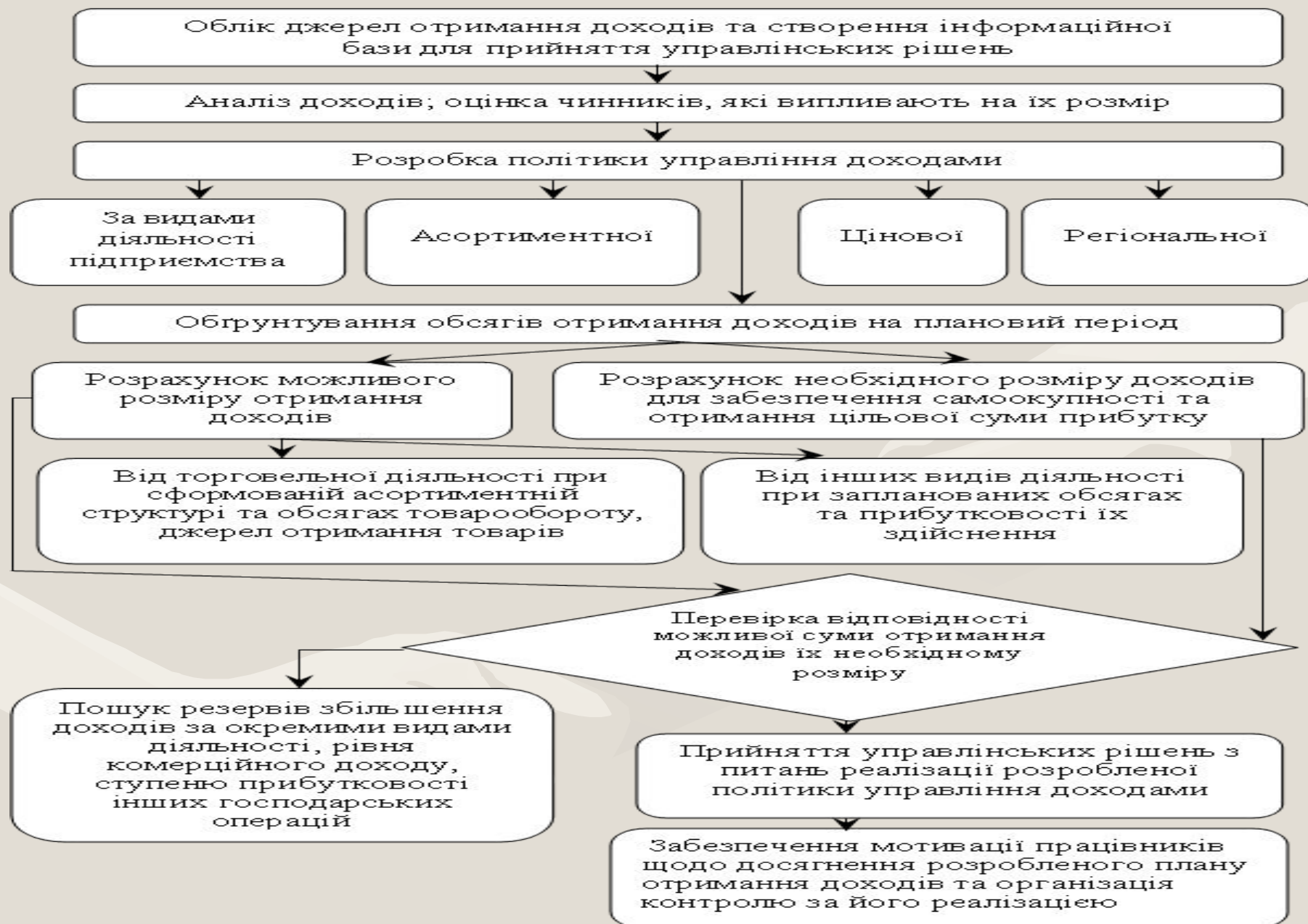
Порівняльна характеристика цінової політики виробничого та торговельного підприємств

Особливості, притаманні ціновій політиці	Виробниче підприємство	Торговельне підприємство
1. Предмет цінової політики	Ціна реалізації продукції.	Елемент ціни – торговельна надбавка.
2. Ступінь самостійності	Повна, рівень ціни формується самим підприємством-виробником.	Орієнтація на цінову політику виробника товару і ціни на товари-аналоги на ринку
3. Лімітуючі фактори	Собівартість виробництва, попит покупців.	Ціна закупівлі, витрати обігу, ціна реалізації.
4. Характер цінової політики	Монотоварний (з окремих видів продукції).	Політоварний (за асортиментними групами).
5. Ступінь гнучкості цінової політики	Максимальна, орієнтація на одиничного покупця та цінову ситуацію.	Обмежена, має стандартний характер з орієнтацією на масового покупця та загальну цінову ситуацію.
6. Особливості цінових стратегій	Орієнтація на збереження ринку збуту навіть за несприятливої ринкової ситуації.	Перехід на нові товари при погіршенні ринкової ситуації.

4. Управління доходами торговельного підприємства



Загальна модель управління доходами торговельного підприємства



Методи планування доходів

```
graph TD; A[Методи планування доходів] --> B[Метод прямих техніко-економічних розрахунків]; A --> C[Факторно-аналітичний метод];
```

Метод прямих техніко-
економічних розрахунків

Факторно-аналітичний
метод

Обґрунтування можливого обсягу формування доходів торговельного підприємства здійснюється в розрізі основних джерел їх утворення

Основні методи обґрунтування можливого обсягу формування комерційного доходу від реалізації товарів

Назва методу	Сутність, передумови застосування, алгоритм розрахунку
1	2
1. Метод прямих техніко-економічних розрахунків	Використовується в разі наявності інформації про обсяг продажу товарів та рівень комерційного доходу за окремими товарними групами або обсяг угод на закупівлю товарів за окремими контрактами (P_{kgj}), ціни закупівлі ($Цз$) та очікувані ціни реалізації ($Цр$). $KД = \sum_{i=1}^n (Цр_i - Цз_i) \times K_i, \text{ або}$ $KД = \sum_{j=1}^m P_{kgj} \times K_j,$ де K_i – обсяг реалізації i-того товару; K_j – обсяг реалізації товарів за j-тим контрактом.

1	2
2. Факторно-аналітичний метод	Передбачає проведення наступної роботи: 1. Оцінку тенденції зміни рівня комерційного доходу за попередні періоди на основі побудови та аналізу динамічного ряду. 2. Прогнозування рівня комерційного доходу на плановий період, виходячи з базового рівня комерційного доходу, темпу його зміни, який склався в минулому періоді чи на основі формування трендової економіко-математичної моделі. Спрогнозований таким чином рівень комерційного доходу відображає умови здійснення торговельної діяльності (зміни в асортиментній структурі товарообороту, його складі, джерелах отримання товарів тощо), який склався у ретроспективному періоді. 3. Визначення розрахункової суми комерційного доходу при плановому обсязі товарообороту ($T_{пл}$) та спрогнозованому рівні комерційного доходу ($P_{ВД_{пл}}$): $КД_{розр} = \frac{T_{Опл} * P_{КД_{пл}}}{100}$ 4. Оцінка можливих резервів збільшення комерційного доходу за рахунок управління окремими чинниками, які визначають його розмір ($\Delta КД$). 5. Обґрунтування планового обсягу формування доходу (ФД) на основі корегування розрахункової суми на виявлених резервів збільшення $КД_{пл} = КД_{розр} + \Delta КД$

Алгоритм розрахунку обсягу доходу від інших видів діяльності

Вид доходу 1	Можливий алгоритм розрахунку 2
Дохід від реалізації продукції (робіт, послуг)	$D_n = \sum_{i=1}^n O_n \cdot C_p - \sum_{j=1}^n C_{KY},$ де O_n – обсяг виробництва в натуральному вимірі i-го виду продукції (робіт, послуг) підприємства; C_p – прийнята базова ціна реалізації i-го виду продукції; C_{KY} – розмір цінових знижок, які надаються за окремими контрактами; k – кількість контрактів, які передбачають різні види цінових знижок; n – кількість видів продукції у виробничій програмі підприємства.
Дохід від продажу матеріальних цінностей та майна	$D_m = C_{прод} - C_{прид} - A - B_{прод},$ де $C_{прод}$ – очікувана продажна ціна; $C_{прид}$ – ціна придбання матеріальних цінностей. A – нарахована сума амортизації за період експлуатації основних засобів; $B_{прод}$ – витрати, пов'язані із здійсненням продажу (демонтаж, передпродажний ремонт, транспортування до місця реалізації, оплата посередницьких або брокерських послуг).
Доходи від посередницької діяльності	$D_{нос} = \sum_{i=1}^n O_{нос} \cdot П_{коміс} / 100,$ де $O_{нос}$ – запланований обсяг посередницьких операцій, в яких підприємство виступає у ролі комісіонера; $П_{коміс}$ – запланований або очікуваний (усталений) розмір комісійної винагороди (плати за послуги), у % до обсягу посередницької операції.

1	2
Дохід підприємства, отриманий від пайової участі в спільних підприємствах та у створенні інших підприємств	$Дсп = ЧПсп \cdot Дп / 100,$ де <i>ЧПсп</i> – чистий прибуток підприємства об'єкта інвестування або пайової участі (плановий); <i>Дп</i> – частина прибутку, яка належить підприємству-засновнику, в % до загального обсягу отримання прибутку.
Дохід підприємства від цінних паперів, які належать підприємству	$Даку = \frac{ЧПат \cdot Чдив \cdot Ан}{СКат \cdot 100},$ де <i>ЧПат</i> – чистий прибуток акціонерного товариства, акції якого має підприємство (плановий); <i>Чдив</i> – частка чистого прибутку акціонерного товариства, призначена для формування фонду виплати дивідендів, % до загального обсягу; <i>Ан</i> – номінальна вартість акцій, які належать підприємству; <i>СКат</i> – розмір статутного капіталу акціонерного товариства.
Доходи підприємства від здачі майна в оренду (лізинг)	$До = ТПо \cdot Соп \cdot Д,$ де <i>ТПо</i> – торговельна площа (складська ємкість), що здається в оренду (суборенду); <i>Соп</i> – ставка орендної плати, з одиниці площі (ємкості) за місяць; <i>Д</i> – тривалість орендних відносин (міс.)