

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

*Тема: Шляхи підвищення доходів торговельного підприємства (на прикладі
ТОВ «Робін Гуд»)*

*Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*

Завідувач кафедри: _____/Мельник Л.Г./

Керівник роботи: _____/Власенко Д.О./

*Виконавець: _____/Яцун О.М./
П.І.Б.*

*Група: _____/Е-61к
шифр*

Суми 2020

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ	
ВСТУП	3
1 ДОХОДИ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ І ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	5
1.1 Поняття, види, склад і значення доходів торговельного підприємства	5
1.2 Класифікація доходів торговельного підприємства	7
1.3 Характеристика валового прибутку як основного елемента доходів торговельного підприємства, джерела її формування	11
2 ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «РОБІН ГУД»	18
2.1 Коротка характеристика торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД»	18
2.2 Формування доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД»	21
3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «РОБІН ГУД»	24
ВИСНОВОК	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	28

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 31 сторінки. В ній міститься 3 таблиці та 5 рисунків. Список використаної літератури включає 40 джерела

Ключові слова: прибуток, рентабельність, торгівля, ринкова економіка, реалізація продукції, собівартість продукції, виручка від реалізації продукції.

Метою дослідження є вивчення теоретичних основ, класифікація й факторів, які визначають доходи торговельного підприємства.

Об'єктом дослідження є конкретне підприємство торгівлі – ТОВ «РОБІН ГУД», що функціонує на споживчому ринку м. Конотоп.

Предметом дослідження є доходи підприємства торгівлі й оцінка перспектив їх зростання.

В ході виконання роботи використовувалась спеціальна література по цій проблемі, досвід роботи фірмового магазину «РОБІН ГУД», дані статистичної і відомчої звітності.

В процесі дослідження використовувались методи порівняння, системного аналізу і статистичних групувань.

В першому розділі досліджено поняття, види, склад і значення доходів торговельного підприємства, класифікацію доходів торговельного підприємства, характеристику валового прибутку як основного елемента доходів торговельного підприємства, джерела її формування.

В другому розділі безпосередньо описана фірмова торгівельна мережа, її задачі і перспективи розвитку

В третьому розділі запропоновано шляхи підвищення доходів торговельного підприємства.

ВСТУП

Щоб підприємство могло ефективно функціонувати й розвиватися, йому, насамперед, потрібна стабільність грошової виручки, достатньої для розрахунку з постачальниками, кредиторами, своїми працівниками, державою.

Після розрахунків і виконання зобов'язань у розпорядженні фірми залишається частина від виторгу, при відрахуванні матеріальних, грошових і трудових витрат, витрат на виробництво та реалізацію продукції. Тому важливим завданням кожного господарського суб'єкта є одержання більших доходів, при найменших витратах, шляхом економії у витратах коштів і збільшення ефективності їх використанні.

Доходи є не тільки критерієм ефективності господарсько-фінансової діяльності торговельного підприємства, але й джерелом формування різних видів прибутку, який є, у свою чергу, кінцевою метою та рушійним мотивом розвитку підприємства, джерелом формування його власних фінансових ресурсів. У зв'язку, із цим підвищується значимість проведення аналізу та планування доходів торговельного підприємства.

Підприємства торгівлі одержали самостійність в управлінні та веденні господарства, право розпоряджатися ресурсами й результатами праці й несуть усю повноту економічної відповідальності за свої розв'язки й дії. У таких умовах благополуччя й комерційний успіх торговельного підприємства цілком залежить від того, наскільки ефективна його діяльність. Підприємство повинне бути орієнтоване тільки на прибуткове, рентабельне господарювання. У світлі сказаного тема даної дипломної роботи є актуальною.

Метою написання дипломної роботи є вивчення теоретичних основ, класифікація й факторів, які визначають доходи торговельного підприємства.

Завданнями дипломної роботи є:

- вивчення поняття, складу та сутності доходів торговельного підприємства;

- класифікація доходів підприємства;
- вивчення факторів, що визначають доходи торговельного підприємства;
- вивчення особливостей формування доходів торговельного підприємства;
- ознайомлення із закордонним досвідом формування дохідної бази торговельного підприємства.

Теоретичною основою виконання даної дипломної роботи служать законодавчі й нормативні документи з питань формування доходів торговельного підприємства; праці вітчизняних і закордонних економістів: Александрова Ю. Л., Раїцкого К. А., Терещенко Н. Н., Соломатіна А. Н., матеріали періодичної преси за темою дослідження, бухгалтерська та статистична звітність торговельного підприємства.

Методологічною основою написання дипломної роботи є використання в процесі проведеного аналізу різних методів: методу абсолютних величин, відносних і середніх величин, методу порівняння та групування, методу ланцюгових підстановок, методу абсолютних різниць, методу процентних чисел, економіко-статистичних методів, техніко-економічних розрахунків тощо.

Предметом дослідження дипломної роботи є доходи підприємства торгівлі й оцінка перспектив їх зростання. Об'єктом дослідження слугує конкретне підприємство торгівлі – ТОВ «РОБІН ГУД», що функціонує на споживчому ринку м. Конотоп.

Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, бібліографічного списку та додатків. Загальний обсяг роботи 31 сторінка. Роботу ілюстровано 5 рисунками, 3 таблицями.

Бібліографічний список містить у себе 40 джерело інформації.

1 ДОХОДИ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ І ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1 Поняття, види, склад і значення доходів торговельного підприємства

У результаті виробництва та реалізації товарів (послуг) формуються фінансові ресурси підприємства, що забезпечують кругообіг основного та обігового капіталу й взаємини по завоюванню ніші ринку або виходу на світовий ринок, згодом розраховуючи на одержання доходів. При аналізі фінансової діяльності підприємства більша увага приділяється розгляду структури одержуваних доходів, а так само динаміку формування прибутку. Це пов'язане з тим, що прибуток є основним оціночним показником діяльності фірми, а так само є джерелом надходження доходів у бюджет держави, через систему оподатковування.

Найважливішим фактором, що впливають на суму всіх видів прибутку підприємства, є розмір доходів, зформованих їм у процесі діяльності. Операційна діяльність це основний вид діяльності підприємства, з метою здійснення якого воно створене. Характер операційної діяльності підприємства визначається специфікою сфери або галузі економіки, до якої воно належить.

Будь-яка організація створюється для збільшення капіталу її власників, поліпшення добробуту, збільшення багатства. При цьому, залежно від форми вкладеного капіталу, дохід є різним, наприклад, заробітна плата, виплачувана працівникові підприємства, так само кошти, отримані від здачі в оренду майна, % по кредитах тощо. При цьому фінансовий результат, що відображає зміну власного капіталу за певний період у результаті виробничо-фінансової діяльності, залежить від співвідношення доходів і витрат фірми.

Доходи формують вихідну фінансову базу діяльності торговельного підприємства, є джерелом одержання прибутку, а отже джерелом простого та

розширеного відтворення на підприємстві, матеріального стимулювання праці його працівників.

Категорію «доходи» слід розглядати із двох точок зору: точки зору бухгалтерського обліку та з погляду податкового обліку (таб. 1.1). /17/

Таблиця 1.1 - Характеристика понять «доходи» у бухгалтерському й податковому обліку

Бухгалтерський облік	Податковий облік
А	Б
«Доходи організацій» доходи це - збільшення економічних вигід у результаті вступу активів (коштів, іншого майна) і (або) погашення зобов'язань, що приводить до збільшення капіталу цієї організації, за винятком внесків учасників (власників майна)	«Економічна вигода в грошовій або натуральній формі, що враховується у випадку її оцінки й у тій мері, у якій вигоду можна оцінити» - немає вв'язування економічних вигід зі збільшенням капіталу організацій, тобто під доходами розуміється вступ будь-яких економічних вигід (крім суми непрямих податків); - податкові доходи в НК підрозділяються на, що враховуються обчислення, що й не враховуються з метою, податку на прибуток; - будь-який вступ економічних вигід, не поійменованих у списку податкових доходів, не рахованих для цілей оподаткування, ураховуються з метою обчислення податку на прибуток.

Для цілей бухгалтерського обліку організація самостійно визнає надходження доходами від звичайних видів діяльності або іншими надходженнями виходячи з характеру своєї діяльності, виду доходів і умов їх одержання. Згідно з бухгалтерським обліком виділяють два види:

- 1) доходи від звичайних видів діяльності, що представляють собою виручку від продажу продукції, товарів, надання послуг відповідно до чинного законодавства (для підприємств торгівлі таким показником є валовий прибуток);
- 2) інші вступу доходів.

Схематично покажемо цю структуру (мал.1) /17/.



Рис. 1- Склад доходів підприємства торгівлі відповідно до бухгалтерського обліку

У наступному розділі дипломної роботи розглянемо класифікацію доходів торговельного підприємства.

1.2 Класифікація доходів торговельного підприємства

Доходами від звичайних видів діяльності є виручка від продажу продукції та товарів, надходження, пов'язані з виконанням робіт, наданням послуг (далі – виручка). У підприємствах торгівлі доходи від звичайних видів діяльності представлені таким показником, як валовий прибуток.

За економічною сутності показник «валовий прибуток» ідентичний показнику «справжній валовий дохід» і являє собою суму виручки від реалізації товарів і торговельних послуг, обумовлену як різниця між продажною й покупною вартістю товарів.

Основним видом доходів підприємств торгівлі є дохід від звичайних видів діяльності, у торгівлі від реалізації товарів: це сума реалізованих

торговельних надбавок, представлена таким показником, як валовий дохід (валовий прибуток).

Доходи підприємства слугують узагальнюючим показником результату діяльності торговельного підприємства, забезпечують створення матеріальної зацікавленості працівників у поліпшенні результатів діяльності, виступають джерелом виробничого й соціального розвитку підприємства.

Доходи, одержувані організацією від надання за плату в тимчасове користування (тимчасове володіння та користування) своїх активів, прав, що виникають із патентів на винаходи, промислові зразки й інших видів інтелектуальної власності, і від участі в статутних капіталах інших організацій, коли це є предметом діяльності організації, також відносять до доходів від звичайних видів діяльності. [19]

Доходи, відмінні від доходів від звичайних видів діяльності, вважаються іншими надходженнями.

Склад інших надходжень доходів торговельного підприємства згідно з податковим обліком діляться на два види:

1. Доходи від реалізації товарів і майнових прав

- від реалізації товарів, робіт і послуг;
- від реалізації майна й майнових прав.

2. Позареалізаційні доходи

- від участі на паях в інших організаціях;
- від операцій купівлі-продажу іноземної валюти (виникає, коли курс продажу (покупки) вище (нижче) офіційного курсу іноземної валюти до української гривні, установленого НБУ на дату здійснення угоди);
- у вигляді штрафів, пенею й (або) інших санкцій за порушення договірних зобов'язань, а також сум відшкодування втрат або збитку;
- від здачі майна в оренду (суборенду);
- від надання в користування прав на результати інтелектуальної діяльності й прирівняні до них коштів індивідуалізації;

- у вигляді відсотків, отриманих по договорах позики, кредиту, банківського рахунку;
- у вигляді сум відновлених резервів, видатки на формування яких були прийняті в складі видатків;
- у вигляді безоплатно отриманого майна або майнових прав;
- у вигляді доходу, що розподіляється на користь платника податків при його участі в простому товаристві, а також у вигляді перевищення вартості повернутого майна, переданого платником податків у якості внеску в просте товариство при його виході із цього товариства;
- у вигляді доходу минулих років, виявленого у звітному (податковому) періоді;
- у вигляді позитивної дипломної різниці, отриманої від переоцінки майна й вимог (зобов'язань), вартість яких виражена в іноземній валюті;
- у вигляді позитивної різниці, отриманої від переоцінки майна;
- у вигляді вартості отриманих матеріалів або іншого майна при демонтажі виведених з експлуатації основних коштів;
- у вигляді використання не по цільовому призначенню майна, робіт, послуг, які отримані в рамках благодійної діяльності;
- у вигляді отриманих цільових коштів, призначених для резервів по розвитку та забезпеченню функціонування і безпеки атомних електростанцій, які використовувались не по цільовому призначенню;
- у вигляді сум, на які у звітному (податковому) періоді відбулося зменшення статутного (складового) капіталу (фонду) організації, якщо таке зменшення здійснене з одночасною відмовою повернення вартості відповідної до частини внесків акціонерам (учасникам) організації;
- суми кредиторської заборгованості, списані у зв'язку із закінченням строку позовної давності або за іншими підставами.

- доходи, отримані від операцій з фінансовими інструментами термінових угод;

- вартість надлишків товарно-матеріальних цінностей, виявлених у результаті інвентаризації. /8/

Склад інших надходжень доходів торговельного підприємства згідно з бухгалтерським обліком діляться на три види:

1. Доходи від участі в діяльності інших підприємств, організацій:

- доходи від участі в діяльності інших підприємств, організацій;
- прибуток, отримана організацією в результаті спільної діяльності за договором простого товариства;

2. Відсотки до одержання:

- відсотки, отримані за надання в користування коштів (депозит);
- відсоток за використання банком коштів на розрахунковому рахунку;
- надходження, пов'язані з наданням у тимчасове користування активів підприємства (оренда);
- надходження, пов'язані з наданням за плату прав, що виникають із патентів і інших видів інтелектуальної власності (торговельна марка, фірмові знаки);
- надходження від продажу основних коштів і інших активів, відмінних від коштів, крім валюти, а також продукції, товарів.

3. Інші доходи

- інші операційні доходи;
- штрафи, пені, неустойки за порушення умов договору;
- активи, отримані безоплатно, у т.ч. за договором дарування;
- надходження у відшкодування заподіяних організації збитків;
- прибуток минулих років, виявлений у звітному році;

- суми кредиторської та депонентської заборгованості, за якими минув строк позовної давнини;
- курсові різниці;
- сума дооцінки активів за винятком позаобігових активів;
- інші позареалізаційні доходи;
- надходження, що виникають як наслідки надзвичайних обставин господарської діяльності (аварії). /18/

У цей час вивчення змісту доходів не завершено та ведеться на двох рівнях – мікроекономічному, що передбачає аналіз формування доходів у рамках підприємства, і макроекономічному, який розширює масштаби дослідження до економіки в цілому й має на увазі виявлення ролі доходів у доході країни. /15/

У наступному розділі дипломної роботи дамо характеристику валового прибутку, як основного елемента доходів торговельного підприємства й розглянемо джерела його формування.

1.3 Характеристика валового прибутку як основного елемента доходів торговельного підприємства, джерела його формування

Валовий прибуток від реалізації товарів показує ціну торговельних послуг, тобто частку торгівлі в сумі цін товару, що залежить від ступеня державного регулювання цін. /8/

Доходи підприємства слугують узагальнюючим показником результату діяльності торговельного підприємства, забезпечують створення матеріальної зацікавленості працівників у поліпшенні результатів діяльності, виступають джерелом виробничого й соціального розвитку підприємства.

Джерелами валового прибутку в підприємствах торгівлі є:

- реалізовані торговельні надбавки;
- доходи від іншої торговельної діяльності.

Основне джерело валового прибутку в роздрібній торгівлі - торговельні надбавки. А точніше, валовий прибуток — це сума реалізованих торговельних надбавок. Торговельні надбавки встановлюються підприємством торгівлі самостійно у відсотках до вільних відпускних цін. /8/

Торговельні надбавки встановлюються підприємством торгівлі самостійно у відсотках до вільних відпускних цін. Розмір торговельної надбавки залежить від наступних факторів:

- характеру торговельних послуг і специфіки діяльності торговельного підприємства;
- цінової стратегії підприємства;
- ступеня розвитку кон'юнктури ринку;
- державного регулювання цін;
- рівня витрат обігу торговельного підприємства;
- попиту та пропозиції на реалізовані товари і т.д. (рис. 2). /19/

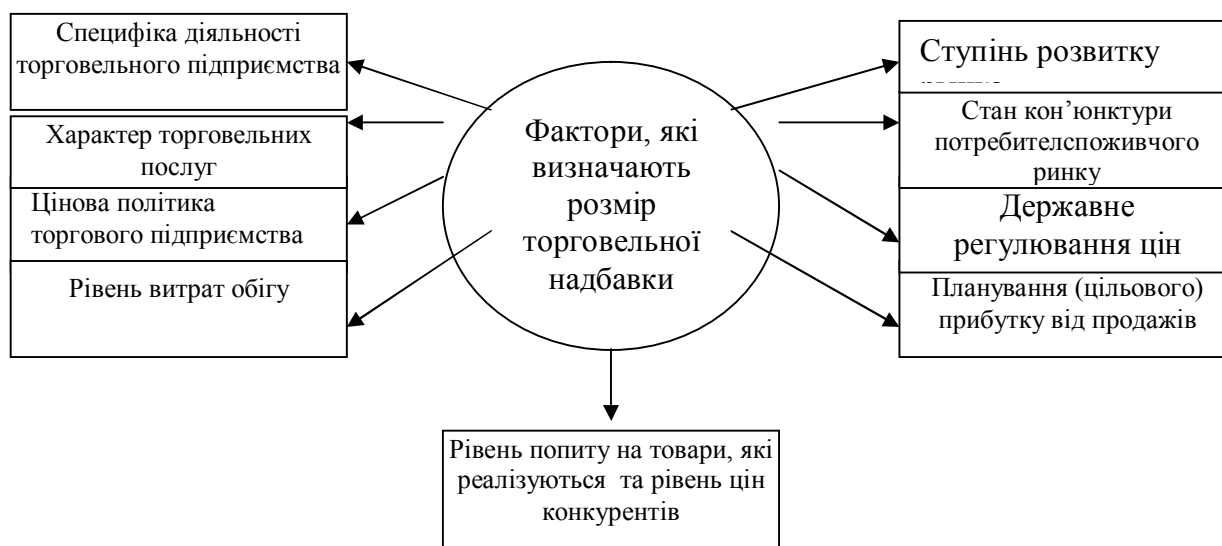


Рис. 2 - Фактори, що визначають рівень торговельних надбавок у підприємствах торгівлі

Розмір реалізованої торговельної надбавки повинен не тільки покривати витрати обігу підприємства торгівлі, але й забезпечувати одержання підприємством певного розміру прибутку (рис. 3) /8/



Рис. 3 - Склад реалізованої торговельної надбавки підприємства торгівлі

До обґрунтування розміру торговельних надбавок пред'являються наступні вимоги. Вони повинні:

- 1) створювати умови для одержання оптимального розміру прибутку підприємства;
- 2) відображати специфіку реалізації окремих товарів і їх витратомісткість;
- 3) стимулювати ефективне використання ресурсів підприємства;
- 4) урахувати шляхи товаропостачання та ланцюговість. /8/

Щоб уникнути різкого злету цін в умовах зниження платоспроможності покупця, вищими органами управління рекомендовано торговельним підприємствам при формуванні торговельних надбавок виключити випадки зростання рівня рентабельності за рахунок більш високого розміру торговельної надбавки. Підвищення рівня рентабельності повинно забезпечуватися за рахунок зростання обороту роздрібної торгівлі, прискорення товарооборотності й інтенсивних факторів розвитку торговельних підприємств. Надалі зі здійсненням корінних ринкових перетворень передбачається повністю скасувати державне регулювання цін, а тим самим і рівня торговельних надбавок на окремі види товарів. /17/

Реалізація товарів торговельними підприємствами здійснюється переважно по вільних роздрібних (продажним) цінам. Однак цінову політику на ринку в значній мірі формують виробники або закордонні постачальники, обираючи ту або іншу маркетингову стратегію. Роль торговельних підприємств у формуванні цін не витримує ніякого порівняння з роллю виробників або закордонних постачальників товарів. Тому кожному

торговельному підприємству просто необхідно враховувати цінову політику виробників товарів.

Разом з тим роздрібні торговельні підприємства та інші юридичні особи, що здійснюють продаж товарів (послуг), встановлюють остаточну роздрібну (ринкову) ціну відповідно до кон'юнктури ринку (наявним попитом та пропозицією в даному регіоні), кількістю та споживчими властивостями товарів і надаваних послуг, виходячи з вільної відпускної ціни підприємства- виробника або ціни іншого постачальника (ціни закупівлі) і торговельної надбавки (націнки).

Торговельна надбавка (націнка) визначається продавцем виходячи з кон'юнктури ринку (наявного попиту та пропозиції). У торговельну надбавку включають витрати на продаж, у тому числі транспортні й інші видатки роздрібних торговельних організацій і підприємств.

Торговельні надбавки (дохід від торговельної діяльності)- ними користуються підприємства для відшкодування витрат на продаж і інших витрат, пов'язаних зі здійсненням його господарської діяльності та утворення прибутку від продажів. Тим самим підприємства забезпечують самооплатність поточної господарської діяльності й створюють умови для самофінансування в майбутньому періоді (створюючи фонди розвитку матеріально-технічної база поповнюючи власні обігові кошти й т.п.).

Органи виконавчої влади на місцях можуть регулювати розміри торговельних надбавок (націнок) шляхом установлення граничних величин, граничних рівнів рентабельності, іншими методами, а також ухвалювати рішення щодо самостійного встановлення підприємствами торгівлі розмірів торговельних націнок на реалізовані товари (продукції)

Цінова політика є не тільки однією з головних складових системи управління доходами торговельного підприємства, але й найважливішим механізмом, що забезпечують багато пріоритетів його економічного розвитку. Вона суттєво впливає на обсяги господарської діяльності торговельного підприємства, формування його іміджу у покупців, рівень

фінансового стану. Крім того, цінова політика торговельного підприємства являє собою діючий інструмент його конкуренції на споживчому ринку. /17/

При встановленні цін пропозиції виробником оптовими посередниками, торговельної надбавки, ринкових цін на товари в роздрібній торгівлі враховують ті самі фактори: рівень споживчого попиту на той або інший товар (продукцію), еластичність попиту, наявного на товарному ринку; реакцію ринку на зміну випуску перед прийняттям певної продукції або на збільшення обсягу продажів товарів; рівень цін на аналогічні товари конкурентів; заходи державного регулювання цін або торговельних (оптових) надбавок.

Так зниження рівня витрат обігу (тобто їхнього розміру в ціні кожного товару) може бути забезпечене за рахунок росту обсягу продажу товарів, реалізації внутрішніх резервів їх економії й інших напрямків господарської діяльності. Зниження суми та рівня податкових платежів, що входять у ціну товару, може бути забезпечене за рахунок удосконалювання асортиментної політики підприємства, відмова від імпорту ряду товарів, здійснення більш ефективної податкової політики (більш повного використання системи податкових пільг) і інших заходів. Зниження рівня перших двох елементів у ціні товарів дозволяє формувати в рамках діапазону торговельної надбавки більш високий розмір прибутку (рівень рентабельності), тобто здійснювати більш ефективну цінову політику. /21/

Необхідно відзначити й значення цінової конкуренції, та конкуренція пов'язана з безпосереднім використанням цін для завоювання ринку й досягнення кращих економічних умов реалізації товарів (маневрування цінами, використання системи знижок для тих або інших груп покупців, заниження цін, використання однакових цін для товарів різної якості тощо). Виробивши цінову політику, підприємство повинно приступити до формування системи знижок, постійно проводити фінансовий аналіз варіантів цінових рішень. /17/

Сума реалізованих торговельних надбавок розраховується по наступних формулах:

$$ВП = \frac{\sum_{i=1}^n P_{omn_i} \times Утн_i}{100}, \quad (1)$$

де $ВП$ - сума реалізованих торговельних надбавок (валового прибутку), тис. грн.

$Утн_i$ – рівень торговельної надбавки по i -тій товарній групі, %

P_{omn_i} – оборот роздрібної торгівлі у відпускних цінах по i -тій товарній групі, тис. грн.

Суму валового прибутку можна також розрахувати як різницю між виторгом від реалізації товарів, робіт, послуг і собівартістю проданих товарів (згідно з формою № 2 «Звіту про прибутки та збитки»). /8/

$$ВП = \sum P - \sum Cc, \quad (2)$$

де P – оборот роздрібної торгівлі, тис. грн.;

Cc – собівартість проданих товарів, тис. грн.

Також суму валового прибутку можна розрахувати прибутки виходячи з обсягу обороту в роздрібних цінах і рівня торговельних надбавок по окремих товарних групах:

$$ВП = \frac{\sum_{i=1}^n Pp_{ci} \times Утн_i}{100 + Утн_i}, \quad (3)$$

де Pp_{ci} – оборот роздрібної торгівлі в роздрібних цінах по i -тій товарній групі. /15/

Можливий розрахунок валового прибутку на основі обороту в роздрібних цінах і рівня реалізованих торговельних надбавок:

$$ВП = \frac{\sum_{i=1}^n Pp_{ci} \times У_{ВП_i}}{100}, \quad (4)$$

де $У_{ВП_i}$ – рівень реалізованої торговельної надбавки (валового прибутку) по i -тій товарній групі, %. /17/

Конкретний метод розрахунків валового прибутку торговельне підприємство вибирає виходячи з наявності необхідної для розрахунків інформації та діючого на підприємстві порядку обліку та аналізу обороту роздрібною торгівлі.

2. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «РОБІН ГУД»

2.1 Коротка характеристика торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД»

Торговельне підприємство ТОВ «РОБІН ГУД» здійснює свою торговельну діяльність на споживчому ринку м. Конотоп та по своїй організаційно – правовій формі є товариством з обмеженою відповідальністю. Створене підприємство у 2001 році.

ТОВ «РОБІН ГУД» як юридична особа з моменту його державної реєстрації має майно на праві власності, має самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку та печатку. Товариство будує свою діяльність на підставі Статуту та чинного законодавства України. Товариство, як юридична особа, має право від свого імені укладати договори, контракти, здійснювати операції по всіх видах торговельної, закупівельної, виробничої діяльності, брати участь у торгах, здобувати майнові права бути позивачем і відповідачем в господарському суді.

Юридична адреса підприємства: 41615, Сумська область, місто Конотоп, Проспект Миру, 89. Він же є й фактичним.

ТОВ «РОБІН ГУД» у своїй роботі орієнтується в основному на середньо забезпечений сегмент ринку, до якого належить більшість потенційних жителів нашого міста.

Основною метою ТОВ «РОБІН ГУД» є одержання прибутку від своєї діяльності для задоволення матеріальних, трудових і соціальних потреб учасників і працівників.

Прибуток суспільства підлягає оподатковуванню в порядку, передбаченим чинним законодавством. Прибуток, що залишається після сплати податків і інших платежів у бюджет, надходить у повне

розпорядження торговельного підприємства та використовується їм самостійно.

Засновниками товариства є учасники, список яких визначений Статутом.

Учасники мають право:

- брати участь у управлінні справами товариства;
- одержувати інформацію про діяльність товариства та знайомитися з його бухгалтерськими книгами та іншою документацією у встановленому установчими документами порядку;
- брати участь у розподілі прибутку;
- одержувати у випадку ліквідації частину майна, що залишилася після розрахунків із кредиторами, або його вартість.

Учасники товариства зобов'язані:

- вносити внески в порядку, розмірах, способами та у строки, які передбачені установчими документами;
- не розголошувати конфіденційну інформацію про діяльність товариства.

Суспільство може бути ліквідоване:

- за рішенням його засновників (учасників) або органа юридичної особи, уповноваженого на те установчими документами;
- за рішенням суду у випадку здійснення діяльності, забороненої законом, або іншими порушеннями закону.

Порядок ліквідації відбитий у статті 111 Цивільного кодексу України. Порядок виплати грошових сум кредиторам ліквідованої юридичної особи проводиться у відповідності зі ст. 89 Цивільного кодексу України. Документи при ліквідації передаються на зберігання в Державний архів відповідно до законодавства.

Установчим документом ТОВ «РОБІН ГУД» є Статут. Єдиний засновник - фізична особа Волкогон Д.В.

Основний вид діяльності – роздрібна торгівля продуктами харчування.

Основними функціями підприємства є: реалізація товарів; вивчення купівельного попиту на товари; формування асортиментів.

Предметом діяльності підприємства є формування та розвиток ринку торгівлі.

ТОВ «РОБІН ГУД» займає окремих будинок. Магазин має торговельне приміщення, адміністративно-побутові приміщення, приміщення для приймання товарів і склад.

Режим роботи даного підприємства з 10.00 до 18.00 годин, без вихідних і без перерви.

Керівники одержують і передають інформацію з рівнів шляхом комунікації у вигляді розпоряджень, або усних вказівок. Організаційна структура ТОВ «РОБІН ГУД» представлено на малюнку 4.

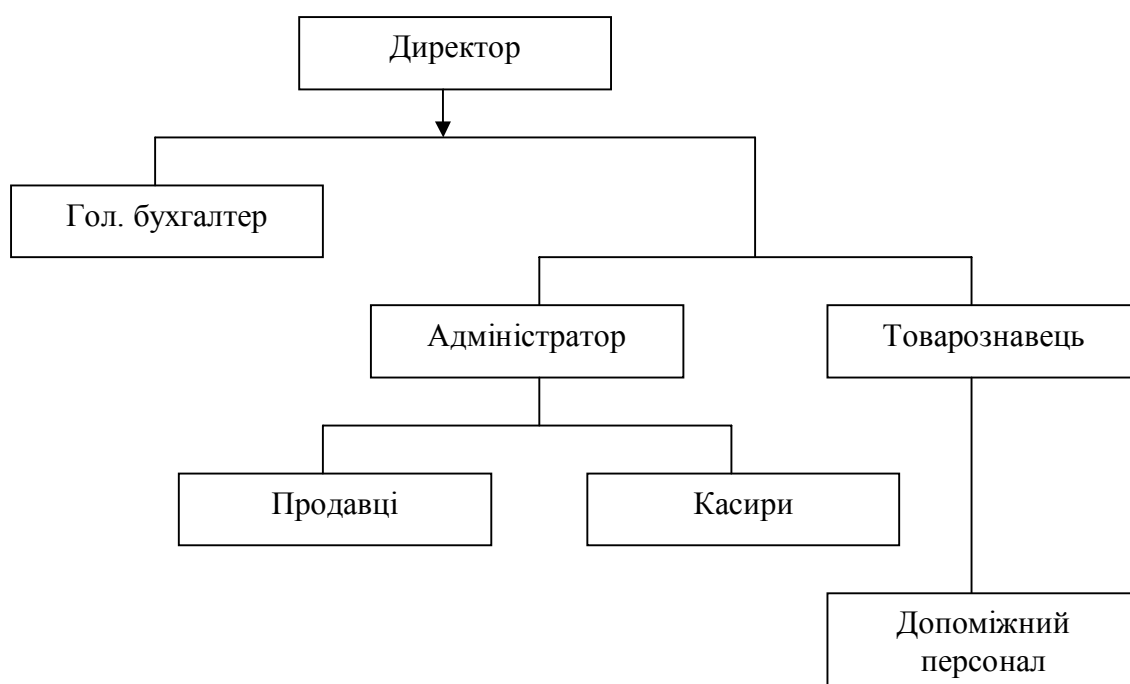


Рис. 4 - Організаційна структура підприємства ТОВ «РОБІН ГУД»

Переваги даної структури управління:

- звільняє лінійних менеджерів від вирішення деяких спеціальних питань;

- створює основу для використання в роботі консультацій досвідчених фахівців;

- зменшує потребу у фахівцях широкого профілю.

Недоліки організаційної структури:

- ускладнюються взаємозв'язки;
- утрудняється координація;
- проявляється тенденція до надмірної централізації.

2.2 Формування доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД»

Дохід і прибуток як головні результати підприємницької діяльності забезпечують потреби самого підприємства й держави в цілому. Тому, насамперед важливо визначити склад доходів підприємства, охарактеризувати ефективність фінансово-господарчої діяльності підприємства, його розвиток і успішність на споживчому ринку. Аналіз доходів торговельного підприємства дає передумови для збільшення джерел відшкодування всіх поточних витрат, пов'язаних з, здійсненням продажу товару, для збільшення джерел формування прибутки, за рахунок якої здійснюється виробничий і соціальний розвиток. Основним джерелом доходу торговельного підприємства є валовий дохід, або, інакше, валовий прибуток.

Виконаємо аналіз доходів ТОВ «РОБІН ГУД» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 - Аналіз складу та структури доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД» за 2018-2019 рр.

Показники	2018 рік		2019 рік		Відхилення (+;-) по		Темп зр. %
	сума, тис.грн	пит. вага, %	сума, тис.грн	пит. вага, %	сума, тис.грн	пит. вага, %	
А	1	2	3	4	5	6	7
Валовий прибуток	2 468,0	96,75	3 047,0	97,13	579,0	0,38	123,46
Відсотки до одержання	-	-	-	-	-	-	-
Доходи від участі в інших організаціях	-	-	-	-	-	-	-
Інші доходи	83,0	3,25	90,0	2,87	7,0	-0,38	108,43
Доходи всього	2 551,0	100,0	3 137,0	100,0	586,0	-	122,97

Доходи підприємства формуються в основному за рахунок валового прибутку. Її сума у звітному році склала 3047,0 тис. грн., що на 579,0 тис. грн. (23,46%) більше показника минулого року.

Другий складовою доходів даній таблиці служать інші доходи, їх сума у звітному році склала 90,0 тис. грн., що на 7,0 тис. грн. більше показника попереднього року.

Наступною дією проведемо аналіз складу та структури інших доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД».

Таблиця 2.2- Аналіз складу й структури інших доходів торговельного підприємства

Види інших доходів	2018 рік		2019 рік		Відхилення (+;-) по		Темп зміни, %
	сума, тис.грн	пит. вага, %	сума, тис.грн	пит. вага, %	сума, тис.грн	пит. вага, %	
А	1	2	3	4	5	6	7
Інші доходи всього, у тому числі:	83,0	100,0	90,0	100,0	7,0	-	108,43
- доходи, отримані від здачі майна в оренду	83,0	100,0	90,0	100,0	7,0	-	108,43

Як у минулому, так і у звітному році сума інших доходів формується винятково за рахунок здаваного в оренду майна, а саме складського приміщення.

Сума інших доходів звітного року склала 90,0 тис. грн., що на 7,0 тис. грн. або на 8,43% перевищує показник попереднього року. Це пояснюється підвищенням орендної плати.

Отже, проведений аналіз показав, що основна сума доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД» формується за рахунок доходу від основного виду діяльності – валового прибутку.

На рисунку 5 представлена схема розподілу доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД».

Отримані підприємством торгівлі доходи розподіляються в такий спосіб (мал. 5).

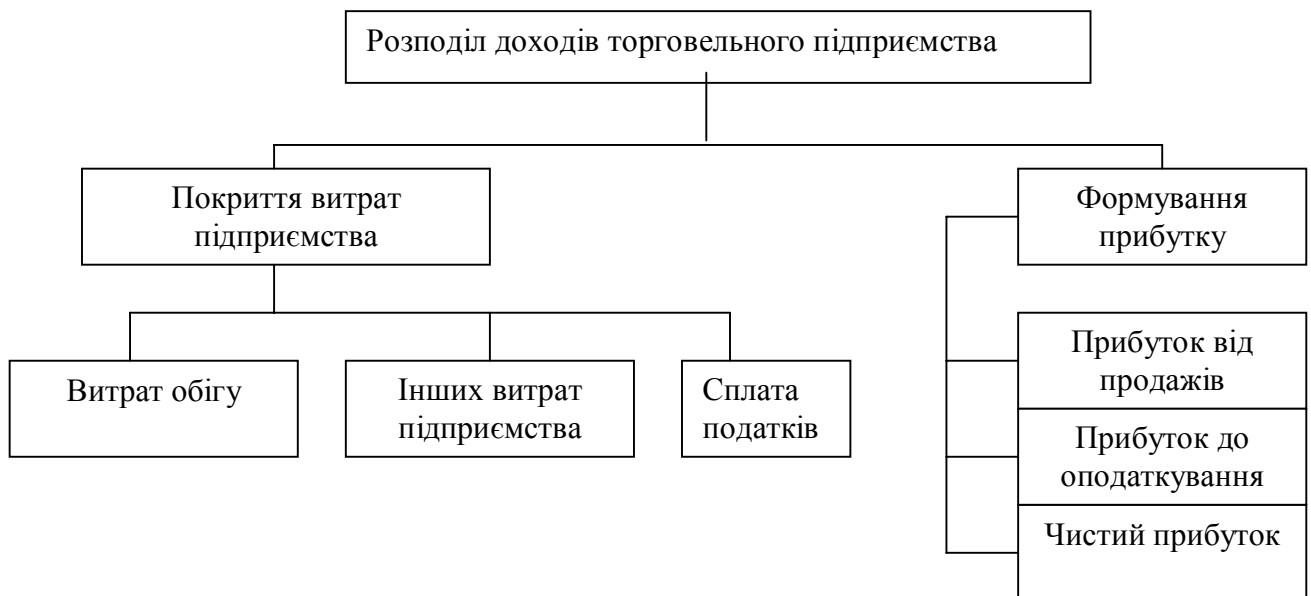


Рис. 5 - Схема розподілу доходів торговельного підприємства

У наступному розділі дипломної роботи розглянемо можливі заходи, спрямовані на збільшення доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД».

3 Шляхи підвищення доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД»

Для підвищення ефективності діяльності торговельному підприємству «РОБІН ГУД» можна дати наступні рекомендації:

- укладати договори з місцевими виробниками молочної й м'ясної продукції. Це дозволить суттєво знизити собівартість товару, а значить можна або при збереженні наявної торговельної надбавки одержувати більші прибутки, або реально знизити вартість товару, що залучить більше число покупців.

- активніше користуватися рекламою. Наприклад, розмістити свою рекламу на міських маршрутних автобусах. Також можна укласти договір з рекламним агентством «Креатив» на розміщення свого рекламного банера на в'їзді в місто з боку м. Київ, Суми. Також неможливо переоцінити позитивний вплив реклами в ефірі місцевого телеканалу та радіо.

- для залучення більшого числа покупців використовувати різні святкові акції та розпродаж. Наприклад, давати 15% знижку покупцям, які прийшли в день свого народження.

- у якості додаткових послуг можна здійснювати доставку продуктів додому.

Зробимо економічні розрахунки ефективності впровадження двох проектів, спрямованих на збільшення суми доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД».

Проект 1. Збільшення робочого часу. Дозволить збільшити кількість покупців, продуктивність праці торгово-оперативного персоналу та примножити прибуток підприємства в цілому. ТОВ «РОБІН ГУД» працює з 10:00 до 18:00. У багатьох жителів міста робочий день триває до 18:00, відповідно, вони не встигають відвідати дане торговельне підприємство. Збільшення робочого часу на 1 годину дозволить збільшити число покупців.

Розрахуємо економічну ефективність від впровадження даного проекту.

Розрахуємо одноденний оборот роздрібної торгівлі:

$$P_{одн} = \frac{P_1}{360} = \frac{18364,0}{360} = 51,01(\text{тис.грн.})$$

Підприємство працює 8 годин на день (56 годин на тиждень), тоді, оборот роздрібної торгівлі за 1 годину роботи в середньому буде рівний:

$$P_{час} = \frac{P_{одн}}{8} = \frac{51,01}{8} = 6,38(\text{тис.грн.})$$

Визначимо суму обороту роздрібної торгівлі за рахунок додаткової однієї години роботи підприємства протягом року:

$$P = P_{час} \times 360 = 6,38 \times 360 = 2296,8(\text{тис.грн.})$$

У підсумку оборот роздрібної торгівлі за рахунок збільшення роботи магазину на годину зросте на 2 296,8 тис. грн.

Розрахуємо збільшення суми валовому прибутку виходячи з того, що рівень валового прибутку звітного року склав 16,59%.

$$\sum ВП = \frac{2296,8 \times 16,59}{100} = 381,04(\text{тис.грн.})$$

Сума валового прибутку збільшиться на 381,04 тис. грн.

У результаті збільшення часу роботи торговельного підприємства чисельність торговельного - оперативного персоналу не зміниться. Тому що торгово-оперативний персонал працює позмінно, збільшення робочого часу складе 7 годин на тиждень, для однієї бригади і, загалом, робочий час не перевищить норм чинного законодавства.

Проект 2. Торговельне підприємство має у власності виробниче приміщення на в'їзді в місто площею 115 м². Місцевий автосервіс ТОВ «Автосвіт» виявив бажання найняти дане приміщення в оренду за вартістю

200 грн. за 1 м² для обладнання свого додаткового центру з технічного обслуговуванню автомобілів.

Здійснимо розрахунок: $(115\text{м}^2 \times 200\text{грн.}) \times 12\text{місяців} = 276,0(\text{тис.грн.})$

Отже, розрахунки показав, що задача даного приміщення дозволить підприємству збільшити суму інших доходів на 276,0 тис. грн. у рік.

Дані заходи дозволять збільшити не тільки суму валового прибутку, але та інші доходи торговельного підприємства.

У підсумку збільшиться й чистий прибуток, а це головна мета підприємств торгівлі.

ВИСНОВОК

Прагнення до максимізації свого доходу диктує економічну логіку поведінки будь-якому ринковому суб'єкту. Доходи - мета дій кожного активного учасника ринкової економіки, об'єктивний і потужний стимул його повсякденної діяльності

Доходи торговельного підприємства є вихідною фінансовою базою комерційних розрахунків, тому що являють собою основу формування прибутку торговельного підприємства, яка є, у свою чергу, кінцевою метою та рушійним мотивом розвитку, джерелом формування його власних фінансових ресурсів.

У першому розділі дипломної роботи були розглянуті сутність доходів торговельного підприємства, їх поняття, склад, значення. Дана характеристика валового прибутку як основного елемента доходів торговельного підприємства, розглянуті джерела її формування.

У другому розділі дипломної роботи дана коротка характеристика конкретного торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД», розглянутий склад і напрямки розподілу доходів даного підприємства торгівлі. У заключному розділі роботи розглянуті заходи, спрямовані на зростання доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД».

Проведений аналіз показав, що основна сума доходів торговельного підприємства ТОВ «РОБІН ГУД» формується за рахунок валового прибутку. Його зростання у звітному році склало 579,0 тис. грн. (23,46%).

Сума інших доходів звітного року склала 90,0 тис. грн., що на 7,0 тис. грн. або на 8,43% перевищує показник попереднього року.

Таким чином, можна сказати, що підприємство розвивається стабільно і його діяльність можна оцінити позитивно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про власність: Закон України \ Урядовий кур'єр. – 1991 – 7 лютого.
2. Про захист прав споживачів: Закон України \ Урядовий кур'єр. – 1994 – 27 січня.
3. Про заходи щодо впорядкування розрахунків за договорами, що укладаються суб'єктами підприємницької діяльності України: Указ Президента України // Голос України. - 1994. - 12 жовтня.
4. Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України // Урядовий кур'єр. – 1995. - 21 лютого.
5. Про рекламу: Закон України // Урядовий кур'єр. – 1996. - 26 липня.
6. Академия рынка: Маркетинг: Пер. с фр. – М.: Экономика. 1993. – 572с.
7. Андрушенко О.В., Близнюк С.В. Особливості розвитку маркетингового середовища торговельних підприємств України. Зб. наук. праць. Економічні проблеми невиробничої сфери, КДТЕУ, Київ. 2014.
8. Апопій В.С., Мельник І.М. Комерційна діяльність: сучасний зміст і форми, Вісті, 2016.
9. Баркан Д.М. Управление фирмой в условиях рынка. – Л.: Аквион, 2017.
10. Бадзел Р.Д., Кока Д.Ф., Браун Р.В. Информация и риск в маркетинге. – Финстатинформ, 2014.
11. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. – М.: Экономика, 2015.
12. Башина О.Э., Бежавский И.К. Статистика коммерческой деятельности. – М.: Финстатинформ, 2016.
13. Васильев Ю.Т., Синельчик Л.В. Вибір торговельним підприємством засобів стимулюючого впливу на покупців. Зб. наук. праць. Маркетинг. Торгівля та практика. КДТЕУ, Київ, 2016.

14. Виноградська А.М., Жидков А.М. Маркетинг – зняряддя керівництва підприємства у конкурентній боротьбі на товарному ринку. Зб. наук. праць. Маркетинг: стан і основні напрямки розвитку. КДТЕУ, Київ, 2013.
15. Виноградський М.Д. Роль і місце маркетингу у стратегічному управлінні підприємством. Зб. наук. праць. Маркетинг: стан і основні напрямки розвитку. КДТЕУ, Київ, 2015.
16. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности. – М.: Финансы и статистика, 1994.
17. Герасимчук В.Г. Маркетинг – К.: Вища школа, 2014. – 327с.
18. Голубков Е.П. Маркетинг: выбор лучшего решения. – М.: Экономика, 1993.
19. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Издательство «Финпресс», 2014.
20. Голошубова Н.О., Фесюк В.А. Навчальний посібник. ч.2. Організація роздрібного продажу товарів. – К.: КДТЕУ, 2014.
21. Дашков Л.П., Памбухчияну В.В. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. Учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений. – М.: НВУ «Маркетинг», 2015.
22. Ильенкова Н. Д. Спрос: анализ и управление. Учебное пособие. Под редакцией И.К. Белявского. М.: Финансы и статистика, 2003.
23. Іванова І.В. Діяльність щодо стимулювання продажу у торгівлі Італії. Зб. наук. праць. Маркетинг: теорія та практика. КДТЕУ, Київ, 2016.
24. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990.
25. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии: Практическое пособие. – М.: АО «Финстатинформ», 1999.
26. Корольков І.І. Роль і місце торгівлі у структурі маркетингу. Зб. наук. праць. Економічні проблеми невиробничої сфери. КДТЕУ. Київ, 2004.

27. Канарчук О.І. Особливості маркетингової діяльності підприємств торгівлі за сучасної економіки. Зб. наук. праць. Економічні проблеми невиробничої сфери. КДТЕУ. Київ, 2016.
28. Корольчук О.П., Канарчук О.І. Деякі аспекти розробки стратегії маркетингу в умовах економічної нестабільності. Зб. наук. праць. Економічні проблеми невиробничої сфери. КДТЕУ, Київ, 2014.
29. Кучеренко В.Д. Особливості інноваційної діяльності підприємства торгівлі в ринкових умовах. Зб. наук. праць. Економічні проблеми невиробничої сфери. КДТЕУ, Київ, 2014.
30. Каніщенко Л.А., Притуляк Н.М. Маркетинг у системі інноваційної діяльності. Зб. наук. праць. Маркетинг: стан і основні напрямки розвитку. КДТЕУ, Київ, 2003.
31. Куценко Г.Ф., Притуляк Н.М. Маркетинг і становлення ринкової економіки в Україні. Зб. наук. праць. Маркетинг: теорія та практика. КДТЕУ, Київ, 2014.
32. Ковалев А.И., Войтенко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
33. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия. – М.: Внешторгиздат, 1989.
34. Мазаракі А.А., Карсєкін В.І., Воронова В.М., Дорошенко В.І. Територіальна організація внутрішньої торгівлі України., Київ, КТЕУ, 1992.
35. Старостенко Г.Г., Мірко Н.В. Фінансовий аналіз.: Навчальний посібник.- К.: Центр навчальної літератури, 2016, 224с.
36. Стражева В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности.- Мн.: Высшая школа, 1998.- 338 с.
37. Тарасенко Н. В, Економічний аналіз діяльності промислового підприємства — Львів: ЛБІ НБУ, 2014. — 485 с

38. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз: Навч. посібник. - Львів: Магнолія плюс, 2015.- 344 с.
39. Трянина М. А. От финансового анализа к финансовому менеджменту. //Бухгалтерский бюллетень №10,11,1999, с. 7-10.
40. Хлистунова Н.В. Фінансові ризики і платоспроможність підприємств// Актуальні проблеми економіки.-2016.-№7.-с.65