

ТОРГОВЕЛЬНА НАДБАВКА ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вернигора А.О., гр. Ем-46

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Кушнір Т.Б.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Система управління доходами торговельного підприємства має за мету отримання таких доходів, які перекривали б усі витрати обігу та видатки, та забезпечували достатній рівень прибутковості операційної діяльності з урахуванням цільових настанов підприємства. Реалізація призначення цієї системи можлива внаслідок прийняття обґрунтованих управлінських рішень з приводу встановлення розміру достатнього рівня торговельної надбавки, яка є основним джерелом покриття витрат обігу, забезпечення прибутку торговельного підприємства та задоволення інтересів держави в отриманні відповідної суми податку на додану вартість.

Визначення рівня торговельної надбавки як ціни торговельної послуги, що пропонується покупцеві при реалізації товарів, є важливою складовою системи управління доходами від операційної діяльності торговельних підприємств. Досягнення достатньої суми доходів дозволяє підприємству перекривати витрати, що були здійснені для отримання таких доходів, а також збільшувати прибуток, необхідний для розвитку підприємства.

Рівень і розмір валового доходу безпосередньо залежить від величини торговельної надбавки, тобто фактично саме за рахунок валового доходу як реалізованої торговельної надбавки покриваються витрати і формується прибуток. Таким чином, при обґрунтуванні розміру торговельної надбавки треба враховувати як кон'юнктуру ринку на конкретний товар, так і витрати і потреби підприємства.

Встановлювати фіксований рівень торговельної надбавки на тривалий термін недоцільно, оскільки зміна кон'юнктури споживчого ринку і конкурентного оточення наводить до вагання ринкових цін, що повинне знайти віддзеркалення в рівні надбавки. Рівень надбавки залежить від вигляду товару, місця реалізації (універсальний або спеціалізований магазин), і навіть в масштабах одного підприємства на різні товари встановлюють різну надбавку. Зрештою її обґрунтування зводиться до встановлення диференційованих надбавок за різними товарами в рамках окремих товарних груп їх ув'язки з об'ємом реалізації з метою здобуття максимального розміру валового доходу.