УДК 336.62

Зінченко О.М.,
к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

РЕЗЕРВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА СІЛЬСЬКОМУ СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

Zinchenko O.M.,
cand.sc.(econ.), senior lecturer in enterprise economics of department
HEI Ukoopspilka "Poltava University of Economics and Trade"

RESERVES TO PROVIDE THE PROFITABILITY OF RETAIL TRADE ENTERPRISES OF CONSUMER COOPERATION AT THE RURAL USER MARKET

Постановка проблеми. Проблема управління прибутком підприємства є складною та багатогранною, оскільки суб'єкту господарювання потрібно забезпечувати необхідну платоспроможність і дохідність, а також враховувати специфічні для галузі особливості кругообігу матеріальних ресурсів. Від ефективності управління прибутком залежить господарський стан торговельних підприємств, їх місця у ринковому середовищі, рівень розвитку галузі загалом.

Споживча кооперація України знаходиться на етапі переходу від стратегії виживання до стратегії стабілізації та забезпечення збалансованого розвитку її господарської системи. Це зумовлює необхідність поглибленого дослідження теоретичних засад формування прибутку з позиції забезпечення економічної безпеки підприємства. На сучасному етапі необхідний якісно новий підхід до теоретичного висвітлення та практичного обґрунтування рекомендацій щодо активізації ролі прибутку у забезпеченні успішного функціонування торговельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування і використання прибутку підприємства, його прибуткової діяльності у різних аспектах досліджувалися науковцями України і зарубіжжя. Серед них: О. М. Бандурка [8], І. О. Бланк [9], Л. Д. Буряк [5], В. Криленко [5], М. В. Мних [6], А. М. Поддєрьогін [7].

Проте, ще залишається чимало невирішених питань, пов'язаних з особливостями забезпечення прибутковості підприємств роздрібної торгівлі, що функціонують на сільському споживчому ринку.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у виявленні резервів забезпечення прибутковості підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації на сільському споживчому ринку.

Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення наступних завдань:

- виявити резерви ефективного використання наявних основних засобів;
- досягти збалансування кругообігу оборотних коштів;
- дослідити резерви оптимізації оподаткування;
- виявити особливості торговельної діяльності споживчої кооперації на сільському споживчому ринку, що впливають на процес формування цін і їх рівень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із чинників, що впливають на стабільне економічне зростання торговельних підприємств є ефективне використання наявних основних засобів. Фондовіддача і рентабельність основних засобів мають бути прогнозованими.

Необхідне поступове виведення з консервації основних засобів, що потребуватиме ефективного їх переоснащення. Чим швидше торговельне підприємство у сільській місцевості введе в експлуатацію законсервовані магазини, тим менше понесе витрат, прискорить темпи зростання роздрібного товарообороту, розширить свій сегмент на ринку товарів та послуг, збільшить величину валового прибутку.

Дефіцит фінансових коштів та жорстка конкуренція не дозволяють споживчій кооперації ефективно використовувати наявну матеріально-технічну базу. Тому частину об'єктів, торговельну площу райспоживспілки та районні споживчі товариства вимушені здавати в оренду, отримуючи від цього додатковий чистий прибуток.

Важливим резервом забезпечення прибутковості підприємств та організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості є збалансування кругообігу оборотних коштів і грошових потоків.

Торговельним підприємствам споживчої кооперації на сільському споживчому ринку необхідно вжити заходів щодо поступового збільшення до нормативу частки власних коштів у обороті. У процесі формування власного капіталу необхідно орієнтуватися на реально можливі обсяги діяльності на

принципах самоокупності та самофінансування, оптимізувати структуру активів підприємств та організацій споживчої кооперації у галузі торгівлі, чітко визначати їх місце на ринку товарів та послуг шляхом зіставлення, з одного боку, прогнозованих обсягів діяльності із реально можливими потребами ринку, а з іншого – потреб у оборотних коштах із наявними можливостями до залучення фінансових ресурсів.

Реальними джерелами збільшення величини та частки власних оборотних коштів є додаткові пайові внески для прискорення оборотності обігових коштів.

Необхідно максимальну увагу приділити стимулюванню пайових надходжень через механізм удосконалення внутрісистемної цінової політики (реалізація товарів за цінами, що встановлюються окремо для членів споживчих товариств та інших осіб), кооперативних виплат і дивідендів.

Враховуючи що споживча кооперація є добровільним об'єднанням громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану, відкрита для вступу нових членів, збільшити обсяги діяльності підприємств та організацій, що входять до її складу можна за рахунок підвищення зацікавленості членів споживчих товариств у придбанні товарів у магазинах споживчої кооперації. Крім зростання обсягів продажу існуючим пайовикам, це дасть можливість залучити у члени споживчого товариства нових осіб. Так, чисельність сільського населення, що обслуговується споживчою кооперацією Північно-Східного економічного району України у 2012 р. складає 709,6 тис. осіб (у т.ч. у Полтавській області - 330,6 тис. осіб, у Сумській - 143 тис. осіб та у Харківській - на 236 тис. осіб), а членами споживчих товариств є 22,4 тис. осіб, тобто лише 3,5 % [1].

Збільшення чисельності пайовиків лише на 10%, або на 2,24 тис. осіб, що цілком реально, дасть можливість збільшити роздрібний товарооборот на 335,8 тис. грн., що розраховано за допомогою формули 1:

$$\Delta T = \Delta Ч_{П} \times T_{О}, \quad (1)$$

де $\Delta Ч_{П}$ - зміна чисельності пайовиків;

$T_{О}$ - роздрібний товарооборот торговельної мережі на одну особу.

Таким чином, можна зробити висновок, що пряма зацікавленість у придбанні товарів у магазинах споживчого товариства сприятиме збільшенню чисельності його членів і, відповідно, зростанню роздрібного товарообороту торговельної мережі, доходів та прибутку, що дозволить підвищити ефективність функціонування підприємств та організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації Північно-Східного економічного району України на сільському споживчому ринку.

Варто зазначити, що дана пропозиція не суперечить чинному законодавству. Статтею 24 Закону України «Про кооперацію» передбачено, що кооперативи мають право реалізовувати товари та надавати послуги за цінами і тарифами, що встановлюються окремо для членів кооперативу та інших осіб [2].

Крім того, збільшення чисельності пайовиків дозволить поповнити оборотні кошти за рахунок пайових внесків. Враховуючи, що середній пайовий внесок складає 100 грн. [1], пайовий фонд за рахунок зростання кількості пайовиків збільшиться на 224 тис. грн., що визначено за формулою 2:

$$\Delta ПФ = П_{В} \times \Delta Ч_{П}, \quad (2)$$

де $\Delta ПФ$ - зміна пайового фонду;

$П_{В}$ - сума пайового внеску.

$$\Delta ПФ = 100 \times 2{,}24 = 224 \text{ тис. грн.}$$

Дані кошти можна спрямувати на закупівлю товарів та приведення магазинів до конкурентоспроможного стану.

Для формування оборотних коштів і з метою реконструкції та переоснащення торговельних підприємств у сільській місцевості слід також залучати банківські кредити, визначивши їх економічну ефективність й окупність. Одночасно необхідно встановити контроль за використанням кредитних ресурсів, їх оборотністю, вчасною сплатою відсотків і погашенням заборгованості банку. Пріоритетом повинно стати кредитування через установи банку Укоопспілки. Це дасть можливість встановити додатковий контроль за дотриманням умов кредитної політики, кредитних договорів, підвищити конкурентоспроможність торговельних підприємств споживчої кооперації у сільській місцевості.

Створення нових споживчих товариств сприяє поліпшенню торговельного обслуговування сільського населення, збільшення обсягів діяльності торговельних підприємств і зміцненню їх фінансового становища.

У системі споживчої кооперації Північно-Східного економічного району України у найближчій перспективі нами пропонується відкрити 41 споживче товариство (у т.ч. 21 у Полтавській області, 5 у Сумській і 15 у Харківській). Це дасть можливість збільшити чисельність пайовиків на 10,3 тис. осіб., що визначено за формулою 3:

$$\Delta Ч_{П} = Ч_{П}^{СТ} \times \Delta К_{СТ}, \quad (3)$$

де $Ч_{П}^{СТ}$ - чисельність пайовиків на одне споживче товариство;

$\Delta К_{СТ}$ - зміна кількості споживчих товариств.

$$\Delta Ч_{П} = 250 \times 41 = 10250 \text{ осіб}$$

Можна зробити висновок, що відкриття споживчих товариств сприятиме розширенню діяльності та вплине на підвищення ефективність функціонування підприємств й організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації Північно-Східного економічного району України на сільському споживчому ринку. Це також дозволить залучити додаткові пайові внески у сумі 1025 тис. грн.:

$$\Delta ПФ = 100 \times 10{,}25 = 1025 \text{ тис. грн.}$$

Оптимізація оподаткування виступає важливим напрямом забезпечення прибутковості роздрібної торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості.

На наш погляд, оподаткування підприємств і організацій торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості має ґрунтуватися на таких засадах: зниження податкового навантаження, недопущення подвійного оподаткування; застосування пільгового режиму оподаткування, що передбачає надання податкових пільг магазинам, які працюють у малих і віддалених селах та обслуговують соціально-незахищені верстви населення, звільнення від оподаткування частини прибутку, яка скеровується на поповнення власних обігових коштів, що дозволило б суттєво підвищити частку власних обігових коштів в оплаті товарів, позбутися кабальної залежності від комерційних банків, знизити роздрібні ціни на товари та послуги, прискорити оборотність товарів і, за рахунок цього, навіть збільшити обсяг податкових платежів до бюджету.

Особливостями торговельної діяльності споживчої кооперації на сільському споживчому ринку Північно-Східного економічного району, що впливають на процес формування цін і їх рівень, є наступні: споживча кооперація обслуговує, головним чином, жителів сільської місцевості; сільське населення внаслідок низького рівня зайнятості має невеликі грошові доходи, з яких більшу частку займають пенсії та доходи від продажу сільськогосподарських продуктів; у результаті самозабезпечення сільських сімей продуктами харчування за рахунок власного господарства попит на продовольчі товари в торговельній мережі значно нижчий за потребу в таких товарах, тому сільське населення купує в торговельній мережі лише ті товари, які не виробляються або їх виробництво ускладнене у власному господарстві; високий рівень конкуренції за сільського споживача, особливо у більших населених пунктах, де діють стаціонарні чи пересувні приватні магазини, а достатньо часто і «тіньові» підприємці у галузі роздрібної торгівлі. Приватні підприємці працюють на єдиному податку, не сплачують податок на додану вартість, відрахування у позабюджетні фонди й інші платежі, що дає їм можливість встановлювати ціни нижчі ніж у магазинах облспоживспілок; споживча кооперація, окрім комерційних цілей, має за мету соціальний захист пайовиків, що зобов'язує їх здійснювати торгове обслуговування населення у невеликих населених пунктах, що є збитковим. Забезпечення пайовиків і населення товарами першої необхідності через стаціонарну чи пересувну торгову мережу в невеликих населених пунктах підвищує витрати та викликає необхідність підвищувати розмір торговельної надбавки і роздрібну ціну; ціноутворення здійснюється кожним споживчим товариством, тому з'являються ознаки внутрішньосистемної конкуренції на території району; відсутність кваліфікованих спеціалістів в галузі ціноутворення і, тим більш, для розробки цінової політики та стратегії.

Оскільки у структурі роздрібного товарообороту продовольчі товари з елементами державного регулювання цін займають від 30 до 40%, облспоживспілки мають обмежені можливості впливати на їх рівень.

У ціноутворенні роздрібних цін використовуються два критерії: забезпечення беззбиткового рівня цін та орієнтація на конкурентів. Власної цінової політики і стратегії облспоживспілки, райспоживспілки і споживчі товариства не розробляють. Причинами такого становища є відсутність достатньої кількості підготовлених спеціалістів, які б збирали й обробляли інформацію з обсягу попиту та пропозиції, рівня цін, витрат обігу з кожного виду чи групи товарів.

Проблемою в обґрунтуванні роздрібних цін є відсутність достовірної інформації про попит, пропозицію і витрати обігу з кожного окремого виду товарів. Тому, навіть розмір торгової надбавки у споживчих товариствах часто не підтверджено розрахунком витрат, що призводить до збитковості торгівлі окремими видами товарів.

Із загостренням конкуренції підприємства самостійно встановлюють роздрібні ціни, що утримує роздрібну торгівлю від високої надбавки і обсягу продаж. Ціна в такому випадку фіксується на товарі чи упаковці. У таких випадках роздрібні торговельні підприємства повинні докладати зусиль при укладанні угод купівлі до збільшення торговельної знижки чи надання знижок з ціни для збільшення своїх доходів і прибутку.

Таким чином, кожна окрема ситуація повинна розв'язуватись з врахуванням багатьох чинників: кон'юнктури ринку, його сегменту, властивостей і економічної цінності товару, порядку державного

регулювання цін, вирішення соціальних проблем сільського населення і таке інше. Ціноутворення суттєво впливає на успіх продаж і тісно пов'язане з маркетинговою політикою підприємства.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, впровадження запропонованих заходів із забезпечення прибутковості підприємств та організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації на сільському споживчому ринку буде сприяти збільшенню обсягу роздрібного товарообороту, доходів і прибутку при підвищенні рівня задоволення потреб сільського населення, підвищення їх добробуту та соціальної захищеності.

Література

1. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 2012 рік. – К.: Укооппостачмаш, 2013. – 135 с.

2. Про споживчу кооперацію: Закон України. (Із змінами та доповненнями від 09.12.2012 р.). – Режим доступу: http: // www. zakon.rada.gov.ua.

3. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / І. О. Бланк. – К. : Ельга, 2009. – 724 с.

4. Буряк Л. Д. Управління фінансами суб'єктів малого підприємництва: монографія / Л.Д. Буряк, А.М. Павліковський, Н.Л. Кремпова. – К.: КНЕУ, 2013. – 334 с.

5. Криленко В. Механізм забезпечення прибутковості вітчизняних підприємства / В. Криленко // Схід. Серія «Економіка». – № 2 (116). – 2012. – С. 35-40.

6. Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник / Є. В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630 с.

7. Фінанси підприємств : підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк, Л.І. Данілова, Н.Л. Кремпова ; ред. А.М. Поддєрьогін. – 8-е вид., переробл. та доповн. – К. : КНЕУ, 2013. – 519 с.

8. Фінансова діяльність підприємства: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О.М. Бандурка, М.Я. Коробов, П.І. Орлов, К.Я. Петрова. – 2-е вид., переробл. і доповн. – К. : Либідь, 2003. – 384 с.

9. Фінансове забезпечення розвитку підприємств : монографія / І.О. Бланк та ін.; за ред. І.О. Бланка. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 343 с.

References

1. *Osnovni pokaznyky hospodarsko-finansovoi diialnosti spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy za 2012 rik* [Basic indicators of economic and financial activity of Consumer Cooperatives in Ukraine for 2012], Ukooppostachmash, Kyiv, Ukraine, 135 p.

2. *Pro spozhyvchu kooperatsiyu: Zakon Ukrainy. (Iz zminamy ta dopovnennyamy vid 09.12.2012 r.)* [On Consumer Cooperation: The Law of Ukraine. (With changes and additions from 09/12/2012 p.).], available at: http: //zakon.rada.gov.ua.

3. Blank, I.O. (2009), *Finansovyi menedzhment* [Financial Management], textbook, El'ha, Kyiv, Ukraine, 724 p.

4. Buriak, L.D., Pavlikovskyi, A.M., Krempova, N.L. (2013), *Upravlinnia finansamy subiektiv maloho pidpryiemnytstva* [Managing finance subjects of small business], monograph, KNEU, Kyiv, Ukraine, 334 p.

5. Krylenko, V. (2012), "The mechanism of ensuring profitability of domestic enterprises", *Skhid. Seriya «Ekonomika»*. no. 2 (116), pp. 35-40.

6. Mnykh, Ye.V. (2011), *Ekonomichnyi analiz* [The economic analysis], tutorial, Znannia, Kyiv, Ukraine, 630 p.

7. Poddierohin, A.M., Bilyk, M.D., Buriak, L.D., Danilova, L.I., Krempova, N.L. (2013), *Finansy pidpryiemstv* [Finance of enterprises], textbook, KNEU, Kyiv, Ukraine, 519 p.

8. Bandurka, O.M., Korobov, M.Ya., Orlov, P.I., Petrova, K.Ya. (2003), *Finansova diialnist pidpryiemstva*: [The financial activities of the company], high school textbook, Lybid, Kyiv, Ukraine, 384 p

9. Blank, I.O. etc. (2011), *Finansove zabezpechennia rozvytku pidpryiemstv* [Financial provision of enterprise development], monograph, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine, 343 p.