

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Торгово-экономический институт  
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
подпись    инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01.10.09. Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)

Планирование валового дохода предприятия торговли и оценка перспектив его  
роста

Руководитель \_\_\_\_\_  
подпись, дата

доц., канд.экон.наук  
должность, ученая степень

Петрученя И.В.  
инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_  
подпись, дата

Горбунова И.А.  
инициалы, фамилия

**Красноярск 2019**

## Содержание

Введение.....	5
1 Теоретические и методические основы исследования валового дохода на предприятии торговли.....	7
1.1 Валовой доход: понятие, сущность значение, источники формирования.....	7
1.2 Методика планирования валового дохода на предприятии торговли..	14
1.3 Методы планирования валового дохода на предприятии торговли.....	16
2 Анализ валового дохода как основа его планирования на предприятии торговли.....	22
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия.....	22
2.2 Анализ показателей, влияющих на формирование валового дохода предприятия ООО «Супермаркет Рубцовский».....	30
2.3 Анализ динамики валового дохода и оценка влияния факторов на его изменение в торговом предприятии ООО «Супермаркет Рубцовский».....	37
3 Планирование валового дохода торгового предприятия ООО «Супермаркет Рубцовский» .....	53
3.1 Планирование основных показателей, влияющих на формирование валового дохода предприятия ООО «Супермаркет Рубцовский».....	53
3.2 Планирование валового дохода торгового предприятия ООО «Супермаркет Рубцовский» различными методами.....	65
3.3 Оценка перспектив роста валового дохода исследуемого торгового предприятия.....	74
Заключение.....	81
Список использованных источников.....	83
Приложение.....	86

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночной экономики основными требованиями для успешного функционирования предприятия является безубыточность его хозяйственной деятельности, способность возместить собственные расходы с помощью получаемых доходов, обеспечить рентабельность своей деятельности.

Одним из основных показателей, характеризующих финансовые результаты деятельности предприятия розничной торговли, является валовая прибыль. Это основной доход от деятельности предприятия, используется для покрытия издержек обращения и формирования прибыли предприятия. В связи с этим, анализ данного показателя на предприятии торговли является необходимым условием для дальнейшей эффективной деятельности.

Целью дипломной работы является планирование валового дохода на предприятии торговли ООО «Супермаркет Рубцовский» и оценка перспектив его роста.

Исходя из цели работы, были выявлены следующие задачи:

1. Определить понятие, значение, сущность, источники и порядок формирования валового дохода.
2. Определить методику и методы планирования валового дохода.
3. Дать краткую организационно-экономическую характеристику предприятия.
4. Провести анализ факторов, формирующих валовой доход.
5. Провести общий и факторный анализ валовой прибыли предприятия.
6. Спланировать основные факторы, влияющие на валовой доход.
6. Осуществить планирование валового дохода выбранными методами.
7. Оценить перспективы роста валового дохода на предприятии торговли и предложить рекомендации по увеличению анализируемого показателя.

Объектом исследования является предприятие ООО «Супермаркет Рубцовский».

Предмет исследования – валовой доход торгового предприятия.

Теоретической основой написания преддипломного отчета по практике послужили Налоговый кодекс РФ, Устав предприятия, работы таких авторов как Кравченко Л.И., Соломатин А.Н., Терещенко Н.Н., Сулова Ю.Ю., Петрученя И.В., а также бухгалтерская отчетность предприятия за 2017 и 2018 года.

Методы исследования: теоретико-методологический анализ научной литературы и финансово-экономической документации; математические методы экономического анализа: метод статистического анализа, структурный, горизонтальный, вертикальный и факторный анализ.

Работа состоит из введения, основной части, состоящей из теоретической главы, анализа показателей деятельности торгового предприятия, планирования основных факторов и валового дохода, разработки рекомендаций по увеличению валовой прибыли, заключения и приложений.

Общий объем работы составил 85 страницы. Работа содержит 85 таблиц и 5 рисунок. В работе используется 30 источников литературы.

# 1 Теоретические и методические основы исследования валового дохода на предприятии торговли

## 1.1 Валовой доход: понятие, сущность значение, источники формирования

Основным доходом любого предприятия является валовой доход. Для торгового предприятия под валовым доходом понимается валовая прибыль, данный термин используется как в статистической, так и в бухгалтерской отчетности.

Валовая прибыль является важнейшим экономическим показателем деятельности предприятия. Она отражает все денежные поступления от разных видов деятельности, конечным результатом которых является произведенная и реализованная продукция (услуги), оплаченная заказчиком [9].

В приложении к бухгалтерскому балансу форме №2 выделяется показатель «валовая прибыль», но только для предприятий торговли. Он представляет собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемую как разница между продажной и покупной стоимостью товаров [2, 5].

Рассмотрим понятие валовой прибыли с точки зрения разных отечественных экономистов и других источников.

Таблица 1.2 – Понятие валовой прибыли с точки зрения отечественных экономистов

Авторы	Понятие валовой прибыли
Губин В.Е.	«...разница между данными статьи «Выручка» и данными статьи «Себестоимость продаж»» [10].
Мазурина Т.Ю.	«...это разность между нетто-выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг (выручкой от реализации без учета налога на добавленную стоимость, акцизов и других косвенных налогов и

	сборов) себестоимостью проданных товаров, работ и услуг» [15].
Метелев С.Е.	«...показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продаж товаров и услуг над затратами по их приобретению на определенны период времени» [17].

#### Окончание таблицы 1.1

Авторы	Понятие валовой прибыли
Сулова Ю.Ю., Терещенко Н.Н.	«...сумма выручки от реализации товаров и торговых услуг определяемую как разница между продажной и покупной стоимость товаров и характеризует оценку стоимости торговых услуг» [24].

Валовой доход торгового предприятия представляет собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, источником получения которой служит торговая надбавка, определяющаяся как разница между продажной и покупной стоимостью товаров [8, 6].

Объем валового дохода в торговле зависит в основном от степени развития занимаемого рынка, объема, состава и структуры товарооборота, уровня цен поставщиков, инфляции, объема дополнительных услуг, уровня издержек на предприятии [7].

Получение валового дохода связано со следующими действиями предприятия:

- основная деятельность предприятия. Результатом является прибыль от реализации продукции (работ, услуг), данный показатель занимает наибольший удельный вес в общем составе прибыли [11];

- неосновная деятельность, которая связана с реализацией материальных и нематериальных ценностей, некоторых видов услуг [16];

- деятельность, связанная с осуществлением финансовых инвестиций. Предприятие от такой деятельности получает дивиденды на акции, проценты по государственным ценным бумагам, облигациям, по депозитным счетам в банках;

- деятельность, связанная с получением внереализационных доходов и расходов предприятия. К таким относятся прибыли и убытки прошлых лет, штрафы, пени, прибыль (убыток) от ликвидации основных средств и т.д. [3, 12].

Для коммерческого предприятия доход от основного вида деятельности является источником денежных средств для покрытия текущих затрат и формирования прибыли. В условиях самостоятельности и самофинансирования предприятий необходимо, чтобы их доход превышал размер затрат, для продолжения выполнения функций коммерческого предприятия [22, 23].

Валовой доход торгового предприятия формируется за счет следующих источников:

- торговые надбавки;
- снабженческо-сбытовые надбавки;
- наценки общественного питания;
- доходы от прочей деятельности [14].

Торговая надбавка является ценой услуг предприятий торговли (общественного питания) по доведению товара от производителя до потребителя. Основная цель этого показателя – возмещение текущих затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов и обеспечение рентабельности реализуемого товара [13, 22].

Размер торговых надбавок зависит от следующих факторов:

- уровень спроса на реализуемые товары и уровень цен конкурентов;
- специфика деятельности торгового предприятия;
- характер торговых услуг;
- ценовая политика торгового предприятия;
- уровень издержек обращения;
- степень развития рынка;
- состояние конъюнктуры потребительского рынка;
- государственное регулирование цен;
- планирование уровня прибыли от продаж.

Затратный подход определения торговой надбавки наиболее применим для товаров, реализуемых в условиях незначительной конкуренции, когда предприятие относительно свободно в установлении размера торговой надбавки [20]:

$$Y_{\text{ТН}}=Y_{\text{R}}+Y_{\text{И}} \quad (1.1)$$

где  $Y_{\text{ТН}}$ -уровень торговой надбавки, %;

$Y_{\text{R}}$  –уровень рентабельности, %;

$Y_{\text{И}}$ -уровень издержек обращения, %.

При рыночном подходе предприятие должно наряду с издержкостемкостью учитывать множество факторов, связанных с конъюнктурой рынка, с уровнем обслуживания покупателей, с величиной цен на аналогичные товары и степенью развития конкуренции:

$$\sum \text{ТН}=\text{Ц}_{\text{роз}}-\text{Ц}_{\text{пок}} \quad (1.2)$$

где  $\sum \text{ТН}$ -торговая надбавка, руб;

$\text{Ц}_{\text{роз}}$ ,  $\text{Ц}_{\text{пок}}$ -соответственно розничная и покупная цена товара, руб.

Именно рыночный подход позволяет торговому предприятию устанавливать конкурентоспособную цену и реализовывать товар, тем самым возместить затраты на закупку и реализацию товаров и получить прибыль. Если торговые надбавки не способны покрыть издержки обращения, реализация товаров становится убыточной [26]. Отсюда вытекает, что размер торговой надбавки должен быть достаточным для покрытия издержек обращения, уплаты налогов и получения прибыли. Только в этом случае предприятие способно:

-обеспечивать самокупаемость текущей хозяйственной деятельности, что предполагает возмещения издержек обращения;

-участвовать в формировании федерального и местного бюджета, а также внебюджетных фондов за счет выплаты налогов;

-обеспечить самофинансирование, то есть возможность направлять средства на дальнейшее развитие материально-технической базы, пополнение



собственных оборотных средств и решение социальных проблем коллектива за счет прибыли, остающейся у предприятия [23].

Сумма валового дохода рассчитывается несколькими способами:

1. Способ «по общему объему товарооборота»:

$$\text{ВД} = \text{Ррц}_{(\text{всего})} \cdot \text{УТН}_{\text{ср}} \quad (1.3)$$

где ВД – валовой доход, тыс. руб.;

$\text{Ррц}_{(\text{всего})}$  - оборот розничной торговли в розничных ценах в целом по предприятию, тыс. руб.;

$\text{УТН}_{\text{ср}}$  - уровень средней торговой надбавки в целом по предприятию, %.

2. Способ расчета суммы валового дохода исходя из объема товарооборота в розничных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам:

$$\text{ВД} = \sum \text{Ррц}_i \cdot \text{Утн}_i \quad (1.4)$$

где  $\text{Ррц}_i$  – товарооборот в розничных ценах по  $i$  товарной группе, тыс. руб.;

$\text{Утн}_i$  – уровень торговой надбавки по  $i$ -ой товарной группе.

3. Способ расчета «по среднему проценту». Расчет суммы торговых надбавок в розничных ценах и уровня торговых надбавок (валовой прибыли):

$$\text{ВД} = \text{Ррц}_{(\text{всего})} \cdot \text{УТН}_{\text{ср}} \quad (1.5)$$

4. Способ расчета «по ассортименту остатка товаров». Расчет торговых надбавок с помощью данного способа требует проведения инвентаризации на конец каждого месяца. По данным инвентаризации определяется сумма стоимости остатка товаров и стоимость реализованных товаров, затем определяются суммы торговых надбавок.

$$\text{ВД} = \sum \text{ТН}_n + \sum \text{ТН}_п - \sum \text{ТН}_в - \sum \text{ТН}_к, \quad (1.6)$$

где  $\sum \text{ТН}_n$  - сумма торговых надбавок на остаток товаров на начало отчетного периода, тыс. руб.;  $\sum \text{ТН}_п$  - сумма торговых надбавок на товары, поступившие за отчетный период, тыс. руб.;  $\sum \text{ТН}_в$  - сумма торговых надбавок

на выбывшие товары, тыс. руб.;  $\sum TH_k$  - сумма торговых надбавок на остаток товаров на конец отчетного периода, тыс. руб.

5. Расчет размера валового дохода исходя из объема товарооборота в отпускных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам [29]:

$$\text{-----} \quad (1.7)$$

где  $U_{тнi}$  – уровень торговой надбавки по  $i$  товарной группе, %;

$Rot_{пi}$  – товарооборот в отпускных ценах по  $i$  товарной группе, тыс. руб.

6. Расчет валового дохода на основе товарооборота в розничных ценах и уровня реализованных торговых надбавок:

$$\text{-----} \quad (1.8)$$

где  $U_{тнi}$  – уровень реализованной торговой надбавки по  $i$  товарной группе, %.

7. Определение валового дохода как разницы между оборотом розничной торговли и себестоимостью проданных товаров:

$$ВД = P - СП, \quad (1.9)$$

где  $P$  - оборот розничной торговли, тыс. руб.;  $СП$  - себестоимость проданных товаров, тыс. руб. [21].

Тот или иной метод расчета валового дохода предприятие выбирает, исходя из наличия необходимой для расчета информации и действующего порядка учета и анализа оборота розничной торговли.

Для изучения валового дохода и качественного планирования показателя необходимо перед этим провести его анализ и рассмотреть и оценить влияние факторов. Расчет размера влияния различных факторов представлен в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Факторы, оказывающие влияние на валовой доход, и определение размера их влияния

Факторы, оказывающие влияние на валовой доход	Расчет влияния
1. Изменение объема	Влияние изменения объема оборота на изменение суммы

товарооборота	валового дохода определяется по формуле: $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100$ , где $P_1$ - изменение размера валовой прибыли за счет изменения объема оборота, тыс.руб.; $P_0$ – объем оборота в отчетном и прошлом году, тыс.руб.; $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100$ – уровень валового дохода в прошлом периоде, %.
1.1 изменение цен	Для измерения влияния фактора цен на валовой доход необходимо прирост суммы оборота розничной торговли за счет повышения продажных цен умножить на базисный уровень валового дохода и разделить на 100: $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100$

### Окончание таблицы 1.2

Факторы, оказывающие влияние на валовой доход	Расчет влияния
1.2 изменение физического объема оборота розничной торговли	Оценку влияния изменения физического объема оборота розничной торговли на изменение суммы валового дохода: $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100$
2. Изменение среднего уровня валового дохода	Влияние изменения среднего уровня валовой прибыли на изменение суммы валовой прибыли определяется следующим образом: $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100$ где $P_1$ — изменение суммы валового дохода за счет изменения уровня валового дохода, тыс. руб.; $P_0$ — уровни валового дохода в отчетном и прошлом годах, %.
2.1 изменение структуры оборота розничной торговли	Расчет влияния структуры оборота розничной торговли на сумму валового дохода можно произвести методом процентных чисел, при этом учитываются уровни реализованных торговых надбавок по каждой товарной группе в действующих ценах. Первоначально определяется влияние изменения структуры оборота розничной торговли на уровень валового дохода, а затем на его. $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100$ Затем рассчитывается влияние структуры оборота розничной торговли на сумму валового дохода как произведение изменения уровня валового дохода за счет изменения структуры и суммы оборота розничной торговли отчетного года и деленного на 100 %.
2.2 изменения уровня торговых надбавок	Влияние изменения уровня торговых надбавок на сумму валового дохода находится как разность между влиянием изменения среднего уровня валового дохода на сумму валового дохода и влиянием структуры оборота розничной торговли на сумму валового дохода.

Рассмотрим виды доходов в соответствии с классификационными признаками (таблица 1.3).

Таблица 1.3 – Классификация доходов торгового предприятия

Признак классификации	Виды доходов
1. По отношению к временному периоду	1.1 Доходы будущего периода 1.2 Текущие доходы 1.3 Планируемые доходы 1.4 Ожидаемые доходы
2. По направлению использования	2.1 На покрытие издержек обращения 2.2 На формирование прибыли от продаж
3. По отношению к объему товарооборота	3.1. Доходы, зависящие от товарооборота 3.2 Доходы, независящие от товарооборота

Окончание таблицы 1.3

Признак классификации	Виды доходов
4. В зависимости от ставок налогообложения	4.1 Доходы, облагаемые по ставке 20% 4.2 Доходы, полученные в виде дивидендов, облагаемые по ставке 15%, 6%, 0%
5. В зависимости от порядка исчисления налога на прибыль	5.1 Учитываемые в целях исчисления налога на прибыль 5.2 Не учитываемые в целях исчисления налога на прибыль

Отдельно классификацию валовой прибыли или валового дохода торгового предприятия не проводят. Практически у всех авторов валовая прибыль рассматривается как доход предприятия.

Роль и значение валового дохода заключается в следующем:

- формирует прибыль предприятия;
- возмещает издержки производства и обращения;
- служит источником пополнения собственных оборотных средств;
- за счет него формируются бюджеты фондов;
- происходит уплата налогов и сборов за счет этого показателя, тем самым предприятие участвует в формировании бюджета государства [4].

Рассмотрим методику планирования валового дохода в следующем разделе.

## 1.2 Методика планирования валового дохода на предприятии торговли

Для предприятия розничной торговли важнейшим является доход от реализации товаров, выраженный суммой торговых надбавок и дохода от

прочей деятельности. Поэтому при разработке плана валового дохода следует исходить из запланированного объема и структуры оборота розничной торговли на предстоящий период, а также намеченной ценовой политики предприятия, в соответствии с которой могут быть изменены торговые надбавки, как по отдельным товарам, так и в целом по предприятию [23].

Планирование валового дохода состоит из трех этапов: подготовительный, основной и заключительный. Рассмотрим их более подробно в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Характеристика этапов планирования валового дохода предприятия торговли

Этапы планирования	Характеристика
I Подготовительный этап	<p>1. Цель – определение возможного объема дохода при определенных прогнозных значениях и в соответствии с выбранной стратегией предприятия.</p> <p>2. Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- максимизация доходов;</li> <li>-экономическое обоснование размера доходов от обычной деятельности;</li> <li>- определение тенденций развития доходов и путей повышения доходности работы предприятия.</li> </ul> <p>3. Изучение основных экономических предпосылок:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законодательные, нормативные документы, регламентирующие порядок формирования, налогообложения, распределения валового дохода и других финансовых результатов деятельности предприятия в плановом периоде;</li> <li>- результаты анализа деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет; изучение тенденций, изменения различных показателей;</li> <li>- результаты комплексного анализа валового дохода торгового предприятия за ряд лет;</li> <li>- план оборота розничной торговли и поступления по общему объему, составу и структуре;</li> <li>- потребности предприятия в будущем периоде в развитии основных фондов, пополнении оборотных средств и т. п.;</li> <li>- стратегия и тактика деятельности предприятия на потребительском рынке в планируемом периоде;</li> <li>- возможности предприятия (материально-техническая база, кадры, финансовые, товарные ресурсы и т. д.)</li> </ul> <p>4. Выбор методов планирования.</p>
II Основной этап	<p>На основе выбранных методов проводится планирование валового дохода (прибыли) торгового предприятия в общем объеме, по структуре товарных групп, по периодам времени.</p>
III Заключительный этап	<p>1. Выбор проекта плана.</p> <p>Осуществляется выбор из произведенных расчетов проекта плана валового дохода на будущий год исходя из установленных предприятием целей и задач, в качестве которых могут выступать следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- максимизация доходов предприятия;</li> <li>- недопущение убыточности деятельности;</li> <li>- получение среднего уровня доходности.</li> </ul>

	<p>Расчет точки безубыточности при планируемых показателях:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p>Определение запаса финансовой прочности и сравнение с размером отчетного года. Определение и сравнение с отчетным годом величины операционного рычага</p> <p>2. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины валового дохода торгового предприятия.</p>
--	--

Достижение цели предполагает:

1. Осуществление глубокого анализа валового дохода, позволяющего оценить деятельность предприятий по его формированию.
2. Изучение рынка потребительских товаров и услуг для экономического обоснования их цены и входящей в нее торговой надбавки (наценки).
3. Выбор метода планирования валовой прибыли, определяемой целями развития предприятий.
4. Координацию плана валовой прибыли с другими планами хозяйственной деятельности: товарооборотом, издержками, прибылью.
5. Разработку управленческих решений, способствующих выполнению плана валовой прибыли.
6. Корректировку плана в связи с изменяющимися условиями деятельности предприятий на потребительском рынке товаров и услуг [25].

Для проведения качественного планирования необходимо изучить методы планирования валового дохода (прибыли), их достоинства и недостатки. Рассмотрим возможные методы планирования в следующем разделе.

### 1.3 Методы планирования валового дохода на предприятии торговли

При планировании валового дохода торгового предприятия возможно использование методов, представленных на рисунке 1.1.



Комбинированные методы ←

Рис. 1.1 - Методы планирования валового дохода торгового предприятия  
Количественные методы:

1. Метод технико-экономических расчетов, используемый в двух вариантах [24].

При первом варианте сумма валового дохода на планируемый период рассчитывается исходя из планируемой структуры оборота розничной торговли и определенных предприятием уровней торговых надбавок по каждой товарной группе по следующей формуле:

$$\text{_____} \quad (1.10)$$

$$\text{_____} \quad (1.11)$$

где  $\Sigma ВД_{пл}$  – планируемая сумма валового дохода, тыс. руб.;

$Р_{iпл}$  – сумма планируемого оборота розничной торговли по  $i$ -й товарной группе в отпускных (покупных) ценах, тыс. руб.;

$Утн_{iпл}$  – планируемый уровень торговых надбавок по  $i$ -й товарной группе, %;

$Р_{rc_{iпл}}$  – сумма планируемого оборота розничной торговли по  $i$ -й товарной группе в розничных (продажных) ценах, тыс. руб.

При втором варианте сумма валового дохода (доходности) рассчитывается по каждому источнику поступления товаров, согласно заключенным договорам поставки в планируемом году. Общая сумма валового

дохода по предприятию определяется путем суммирования торговых надбавок по каждому договору поставки [27].

Однако применение второго варианта использования метода технико-экономических расчетов ограничено отсутствием в большинстве случаев на момент планирования заключенных договоров и контрактов с поставщиками, что вызывает трудности с информационным обеспечением планирования данным методом.

2. Расчетно-аналитический метод. Планируемый средний уровень реализованных торговых надбавок определяется на основе изучения и анализа динамики их уровня за ряд предшествующих лет и рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{-----} \quad (1.12)$$

где  $УРт_{н_{пл}}$  – планируемый уровень реализованных торговых надбавок, %;  
 $УРт_{н}$  – уровень реализованных торговых надбавок в  $n$  периоде, %;  
 $УРт_{н_0}$  – уровень реализованных торговых надбавок в базисном периоде, %.

Сумма валового дохода будет определена:

$$\text{-----} \quad (1.13)$$

$Рр_{ц_{пл}}$  – сумма планируемого оборота розничной торговли в розничных ценах, тыс. руб.;

$Ут_{н_{пл}}$  – планируемый уровень реализованных торговых надбавок, %.

Данный метод используется для планирования доходов от обычных видов деятельности торгового предприятия, если на предприятии не прогнозируется изменения в структуре оборота розничной торговли и звенности товародвижения [24].

3. Экономико-статистические методы. Достаточно часто используется метод выравнивания динамического ряда уровня реализованных торговых надбавок по скользящей средней. Суть данного метода заключается в



построении динамического ряда уровней реализованных торговых надбавок за ряд лет и их выравнивание по скользящей средней. При этом каждому значению уровня реализованных торговых надбавок присваивается условное обозначение «К».

После выравнивания динамического ряда по скользящей средней находится среднее изменение уровня реализованных торговых надбавок за анализируемый период ( $\Delta K$ ):

$$\text{—————} \quad (1.14)$$

Рассчитывается планируемый уровень реализованных торговых надбавок по формуле:

$$(1.15)$$

Тогда планируемая сумма валового дохода на будущий год будет определена по следующей формуле:

$$\text{—————} \quad (1.16)$$

Также можно определить по среднему уровню валового дохода или торговой надбавке. Для этого используют следующие формулы:

$$\text{—————} \quad (1.17)$$

$$\text{—————} \quad (1.18)$$

Далее рассчитывается сумма планируемого валового дохода в зависимости от планируемого оборота розничной торговли.

4. Опытно-статистический метод планирования валового дохода торгового предприятия основан на анализе динамики среднего уровня валового дохода в процентах и объема оборота розничной торговли за ряд предшествующих периодов. Его корректировка на плановый период с учетом предстоящих изменений в факторах, определяющих данный уровень (изменение структуры оборота розничной торговли, уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам) [28].

5. Экономико-математический метод основан на построении и решении многофакторной модели линейного типа:

(1.19)

где  $y$  – сумма (уровень) валового дохода, тыс. руб., %;

$a_0, a_1, a_2 \dots a_n$  – коэффициенты уравнения;

$x_0, x_1, x_2 \dots x_n$  – факторы, определяющие изменения величины валового дохода (объем и структура оборота розничной торговли, доля отдельных товарных групп, уровень издержек обращения, уровень рентабельности прибыли от продаж, индекс цен, временной фактор и т. д.).

В качестве основных факторов, определяющих размер и динамику развития доходов от обычной деятельности торгового предприятия, могут быть определены объем и структура оборота розничной торговли, доля отдельных товарных групп, уровень издержек обращения, уровень рентабельности продаж, индекс цен, временной фактор и т. д. [18].

6. Метод получения целевой нормы прибыли (метод обратного счета). Данный метод основан на том, что сумма реализованных торговых надбавок (валового дохода) должна не только покрывать текущие затраты предприятия (издержки обращения), но и обеспечивать определенный размер прибыли от продаж:

————— (1.20)

где  $ИО_{пл}$  – плановая сумма издержек обращения, тыс. руб.;

$Ппр_{пл}$  – плановая сумма прибыли от продаж, тыс. руб.;

$Упр_{пл}$  – целевой (плановый) уровень прибыли от продаж, %;

$Р_{пл}$  – планируемый объем оборота розничной торговли, тыс. руб.

Плановая величина суммы валового дохода при этом рассчитывается исходя из запланированного уровня целевой прибыли от продаж в соответствии с выбранной стратегией деятельности предприятия на рынке методом обратного счета.

7. Метод прямого счета используется в случае, если торговое предприятие имеет небольшое количество поставщиков, с которыми на начало планового периода заключены договоры (контракты) на поставку товаров. При применении данного метода расчет суммы валового дохода осуществляется по следующей формуле [30]:

(1.21)

где  $Пр_{пл}$  – плановый объем поступления товаров в розничных ценах (без косвенных налогов), тыс. руб.;

$Пз_{пл}$  – плановая сумма поступления товаров в ценах закупки, тыс. руб.;

$ТНз_{пл}$  – плановая сумма торговых надбавок на объем прироста товарных запасов в будущем периоде, тыс. руб.

Качественные методы планирования подразделяются на:

1. Метод «Дельфи»
2. Метод мозговой атаки
3. Метод «635»

Одним из наиболее широко распространенных методов группового экспертного прогнозирования является метод «Дельфи», представляющий собой ряд последовательно осуществляемых многотуровых опросов, направленных на подготовку и обоснование прогноза [24].

При прогнозировании в целях минимизации расходов на прогноз привлекается минимальное число экспертов при соблюдении ошибки прогнозирования не более, где  $0 < v < 1$ . Минимальное число экспертов определяется по формуле:

(1.22)

Например: ошибка  $v = 1$ , тогда  $N = 0,5 (3/1 + 5) = 4$  (чел.)

К методам коллективных экспертных оценок относится и метод «мозговой атаки», обеспечивающий получение прогноза как продукта коллективного творчества специалистов в ходе заседания-сеанса и последующего анализа его результатов [24].

Одной из разновидностей метода “мозговой атаки” является метод «635». Цифры в названии метода означают, что в группе состоит 6 участников, каждый из которых должен записать 3 идеи в течение 5 минут.

Проведенные расчеты валового дохода указанными методами планирования позволяют выбрать его оптимальную величину на планируемый период, которая удовлетворяет потребностям предприятия и способствует его развитию [24].

На основе рассмотренных методов проведем планирование показателя «валовой доход», перед этим проанализировав показатели, характеризующие деятельность предприятия.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были рассмотрены теоретическая основа показателя валовой доход предприятия торговли. Был проведен анализ и планирования факторов, формирующих изучаемый показатель, а также непосредственно самого валового дохода конкретного предприятия торговли ООО «Супермаркет Рубцовский».

Для проведения анализа и написания данной работы использовались следующие методы: теоретико-методологический анализ научной литературы и финансово-экономической документации; математические методы экономического анализа: метод статистического анализа, структурный, горизонтальный, вертикальный и факторный анализ.

В результате проведенного анализа, как валового дохода торгового предприятия, так и целом его хозяйственной деятельности можно выделить следующие положительные моменты:

1. В отчетном году предприятие розничной торговли увеличило размер валовой прибыли на 5455 тыс.руб. или на 6,72%;
2. Сокращение суммы и уровня издержек обращения на 977 тыс.руб. и 3,9% соответственно;
3. Основным положительным моментом является увеличение чистой прибыли на 3396 тыс.руб., уровень составил 9,5%

Негативные моменты в деятельности предприятия:

1. Замедление скорости обращения оборотных средств на 0,93 оборота.

В данной работе было проведено планирование оборота розничной торговли в общем объеме и в разрезе товарных категорий.

Спланировав оборот розничной торговли несколькими методами, определили оптимальное значение данного показателя. Значение, полученное методом целевой прибыли с учетом переменных и постоянных издержек обращения и рентабельности продаж, составило  $P_{пл} = 90904,68$  тыс.руб.

Данный метод является оптимальным, так как учитывает наибольшее количество показателей, которые влияют на итоговый результат деятельности предприятия.

Планирование валовой прибыли предприятия торговли различными методами выявило значение, приемлемое для данного предприятия.

Рекомендуемое значение суммы и уровня валовой прибыли составило 48226,43 тыс.руб. или 53,05% от планируемого оборота розничной торговли. Данные значения были определены методом технико-экономических расчетов. Этот метод более точно рассчитывает планируемую величину, т.к. учитывает изменения в ассортиментной структуре торгового предприятия.

Для улучшения основных показателей деятельности торгового предприятия и устранения выявленных недостатков в прошлом и отчетном годах рекомендуется провести следующие мероприятия:

1. Для увеличения роста товарооборота рекомендуется провести расширение ассортимента продуктов питания: введения новой группы товаров - диетическое и детское питание.

2. Эффективно использовать торговое и складское помещение предприятия. Площадь, неиспользуемую в данное время необходимо сдать в аренду.

3. Обеспечить правильную сбытовую политику непосредственно в магазине, для ускорения оборачиваемости товаров с низким уровнем реализации.

4. Отказаться от поставщиков, имеющих высокую себестоимость товаров, что приведет к росту прибыли и соответственно увеличению рентабельности конечной деятельности.

## Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации: текст с изменениями и дополнениями на 2019 год. - Москва: ЭКСМО-Пресс, 2019.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ ред. от 26.05.2019 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ ред. от 17.03.2019 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 "Бухгалтерская отчетность организации" [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.07.1999 № 43н с изм. от 29.01.2018 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 "Доходы организации": [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.05.1999 № 32н с изм. от 06.04.2015 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. Агафонова, М.Н. Бухгалтерский учет в оптовой и розничной торговле и документооборот: практ. пособие / М.Н. Агафонова. - Москва: ГроссМедиа, 2009. - 703 с.
7. Бабо, А. Прибыль/ А. Бабо; пер. с фр. Е.П. Островской; под ред. В.И. Кузнецовой. - Москва: Процесс, 1993. - 175 с.
8. Бланк, И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – Москва: Ника-Центр. – 2014. – 240 с.
9. Головачев А.С. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.С. Головачев. – Минск: Высшая школа, 2015. - 688 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

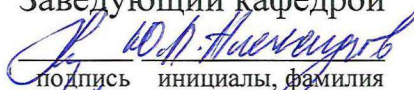
10. Губин В. Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О. В. Губина. - 2-е изд. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014.-336 с.
11. Ковалев, В.В. Финансы организаций (предприятий): учебник / В.В. Ковалев. - Москва: Проспект, 2015. - 352 с.
12. Коротких, И.Ю. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие / И.Ю. Коротких. – 3-е изд.. стер. – Москва: Академия, 2013. – 208 с.
13. Кофанова Н.Н. Методы управления прибылью / Н.Н. Кофанова // Инновационная наука. – 2015. - №1. – С. 148-152.
14. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник /Л.И. Кравченко. - Минск: Новое знание, 2007. - 509 с.
15. Мазурина Т.Ю. Финансы организаций (предприятий): учебник / Т. Ю. Мазурина, Л. Г. Скамай, В. С. Гроссу. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 528 с.
16. Макконелл, Кэмпбелл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник: пер. с англ. изд. / С.Л. Брю, К.Р. Макконнелл. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 462 с.
17. Метелев С. Е. Финансы торговых организаций: учеб. пособие / С. Е. Метелев, В.П.Чижик. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 200 с.
18. Новодворский В. Д. Прибыль предприятия: бухгалтерская и экономическая / В.Д. Новодворский // Финансы. - 2016. - № 4. - С. 64 – 68.
19. Петрученя И. В. Доходы предприятия торговли: текст лекций / И. В. Петрученя; Краснояр. гос. торг. - экон. ин-т. - Красноярск, 2011. - 40 с.
20. Пивоваров, К.В. Планирование на предприятии: учеб. пособие / К.В. Пивоваров. - Москва: Дашков и Ко, 2008. - 232 с.
21. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник для вузов/ Г. В Савицкая. - Изд.11-е, испр. и доп. - Москва: Новое знание, 2009. - 651с.
22. Складенко В.К. Экономика предприятия: учебник: / В.К. Складенко, В.М. Прудников. - Москва: ИНФРА-М, 2012. - 527 с.
23. Соломатин А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов /А.Н. Соломатин. - Санкт-Петербург: Питер, 2010-560с.



24. Сулова Ю. Ю. Доходы предприятия торговли: учеб. пособие / Ю.Ю. Сулова, Н.Н. Терещенко. - Москва: ИНФРА-М; Красноярск: СФУ, 2014. - 136 с.
25. Фридман А. М. Финансы организации (предприятия) [Электронный ресурс]: учебник / А. М. Фридман. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415008>.
26. Экономика предприятия: учебник для вузов / под ред. В.М. Семенова. - 4-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2010. - 383 с.
27. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. - 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: ЮНИТИ - ДАНА, 2013. - 663 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=501198>.
28. Экономическая статистика: учебник / под ред. проф. Ю. Н. Иванова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 668 с.
29. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / ред. М.И. Баканова. - Москва: Финансы и статистика, 2016. - 400 с.
30. Экономический словарь: 14500 терминов / Ин-т новой экономики; под ред. А. Н. Азрилияна; авт.-сост. А. Н. Азрилиян [и др.]. - Изд. 2-е. - Москва: Институт новой экономики, 2015. - 1152 с.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Торгово-экономический институт  
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

  
подпись инициалы, фамилия  
« 29 06 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01.10.09. Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)

Планирование валового дохода предприятия торговли и оценка перспектив его  
роста


Руководитель

  
подпись, дата

доц., канд.экон.наук  
должность, ученая степень

Петрученя И.В.  
инициалы, фамилия

Выпускник

27.06.2019   
подпись, дата

Горбунова И.А.  
инициалы, фамилия

Красноярск 2019