

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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ _____
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и
организаций (в сфере услуг)»
код и наименование направления

Планирование валовой прибыли предприятия общественного питания и оценка
перспектив ее роста
тема

Руководитель _____
подпись, дата

доцент, к-т экон. наук
должность, ученая степень

И.В. Петрученя
инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

А.Е. Радова
инициалы, фамилия

Красноярск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические и методологические аспекты планирования валовой прибыли предприятия в современных условиях.....	7
1.1 Валовая прибыль предприятия: понятие, сущность, источники формирования, значение	7
1.2 Методика планирования валовой прибыли предприятия в современных условиях	13
1.3 Методы планирования валовой прибыли предприятия общественного питания.....	19
2 Анализ валовой прибыли предприятия общественного питания как основа ее планирования	27
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия ООО «Альянс».....	27
2.2 Анализ основных показателей, влияющих на формирование валовой прибыли ООО «Альянс»	34
2.3 Общий и факторный анализ валовой прибыли ООО «Альянс».....	41
3 Планирование валовой прибыли ООО «Альянс»	56
3.1 Планирование показателей, влияющих на формирование валовой прибыли ООО «Альянс»	56
3.2 Планирование валовой прибыли ООО «Альянс» с использованием различных методов	67
3.3 Рекомендации, направленные на повышение валовой прибыли ООО «Альянс»	78
Заключение	84
Список использованных источников	87
Приложение А - Бухгалтерский баланс ООО «Альянс».....	90
Приложение Б – Отчет о финансовых результатах ООО «Альянс».....	94

ВВЕДЕНИЕ

Главным условием успешного хозяйствования предприятий общественного питания на рынке является получение ими доходов. Так как полученный доход обеспечивает способность возместить расходы и возможность для образования прибыльности, рентабельности хозяйствования.

Одним из основных показателей, которые характеризуют финансовые результаты деятельности предприятия, является валовая прибыль (чистый доход). Именно она выступает основой для расчета многих показателей доходности и используется для возмещения издержек предприятия, уплаты налогов, процентов, прочих расходов и образования прибыли. Поэтому планирование валовой прибыли, несомненно, является очень актуальной темой.

Основная цель бакалаврской работы – планирование валовой прибыли предприятия общественного питания и оценка перспектив ее роста при определенных прогнозных ограничениях и в соответствии с выбранной стратегией деятельности предприятия на будущий год.

Планирование проводится на основе комплексного исследования валовой прибыли и факторов, влияющих на неё.

Для достижения цели бакалаврской работы необходимо выполнить следующие задачи:

1. Определить сущность валовой прибыли, ее значение и источники формирования.
2. Изучить методику планирования валовой прибыли предприятия в современных условиях.
3. Исследовать методы планирования валовой прибыли предприятия общественного питания.
4. Осуществить организационно - экономическую характеристику деятельности ООО «Альянс».
5. Проанализировать основные показатели, влияющие на формирование валовой прибыли ООО «Альянс»
6. Провести общий и факторный анализ валовой прибыли ООО «Альянс».

7. Спланировать значения показателей, влияющих на формирование валовой прибыли ООО «Альянс».
8. Рассчитать валовую прибыль предприятия на будущий год с помощью различных методов и обосновать выбор планового значения.
9. Оценить перспективы роста валовой прибыли предприятия и разработать рекомендации, направленные на ее повышение.

Предметом планирования является валовая прибыль предприятия. Объектом исследования выступает предприятие общественного питания - ООО «Альянс».

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемой теме (Батраева Э.А, Лысенко Ю.В., Пустынникова Е.В, Савицкая Г.В, Сулова Ю.Ю., Фридман А.М.); законодательство Российской Федерации; официальные инструктивно-методические материалы, публикации в периодической печати, статьи научно-практических конференций, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания бакалаврской работы является использование различных методов научного познания: теоретических (формализации, логического принципа изучения процессов и явлений, метода теории и подобия), общелогических (анализа и синтеза; обобщения и аналогии; временного, структурного, коэффициентного экономического анализа), эмпирических (факторного анализа), статистических (расчет относительных и средних величин, трендовый и корреляционный анализ, графического изображения данных), маркетинговых исследований (анкетирование).

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 89 стр. Бакалаврская работа содержит 8 рисунков; 48 таблиц, 2 приложения. Список использованных источников включает в себя 32 источника.

1 Теоретические и методологические аспекты планирования валовой прибыли предприятия в современных условиях

1.1 Валовая прибыль предприятия: понятие, сущность, источники формирования, значение

Основным видом доходов предприятия является доход от обычных видов деятельности. При его характеристике в экономической литературе выделяют следующие понятия: валовой доход, валовая прибыль, сумма реализованных надбавок (наценок). Многие авторы трактуют эти понятия по-разному, но в целом вкладывают один и тот же смысл (таблица 1).

Таблица 1- Сравнительная характеристика определений понятия «валовая прибыль».

Авторы, источники	Определение валовой прибыли
Баженов Ю.К., Иванов Г.Г.	Показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый, как превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами по их приобретению [8].
Баскакова О.В., Сейко Л.Ф	Показатель деятельности предприятия от производства и реализации продукции, находящийся под воздействием таких факторов, как объем реализации, структура товарной продукции, отпускных цен, цен на сырье и т.д. [10]
Коршунов В.В.	Исчисленный в денежном выражении суммарный годовой доход предприятия, полученный в результате производства и продажи продукции [18].
Савицкая Г.В.	Сумма реализованной торговой надбавки, определяемая в виде разницы между продажной и покупной стоимостью товаров [23].
Бухгалтерские и аудиторские термины, словарь	Разница между выручкой от обычных видов деятельности без НДС и затратами по обычным видам деятельности, без учета коммерческих и управленческих расходов [27].
Энциклопедический словарь экономики и права	Общая, суммарная прибыль предприятия, полученная за определенный период от всех видов производственной и непроизводственной деятельности предприятия, зафиксированная в его бухгалтерском балансе [32].

В общем виде, понятие валовой прибыли предприятия можно представить в виде разницы между выручкой от реализации (оборотом общественного питания) без НДС и себестоимостью реализованной продукции

или услуги. Валовая прибыль предприятия общественного питания включает в себя валовую прибыль от продажи продукции собственного производства, от реализации покупных товаров и от оказания услуг [12].

Сумма валовой прибыли, помимо прибыли от продаж, содержит в себе средства для покрытия издержек производства и обращения.

Валовая прибыль создается за счет реализованных торговых (оптовых) надбавок в розничной и оптовой торговле и наценок на продукцию в общественном питании, которые являются особым структурным элементом цены товара и отражают долю предприятий в ней.

В целом, сущность валовой прибыли можно представить как сумму реализованных надбавок и наценок на продукцию.

Валовая прибыль исчисляется в абсолютном и относительном выражении. Абсолютным показателем выступает - сумма, а относительным - процентное отношение суммы валовой прибыли к объему оборота, то есть уровень валовой прибыли.

Валовую прибыль обычно определяют на конец месяца, квартала или года, но она может рассчитываться с любой периодичностью и на любой момент времени — всё зависит от целей и задач компании, а также особенностей ее управленческого учета.

Валовую прибыль предприятия можно рассчитать несколькими способами: по бухгалтерскому учету, по общему обороту, по ассортименту оборота, по среднему проценту или по ассортименту остатка товаров [22].

1. По бухгалтерскому учету формула расчета валовой прибыли выглядит следующим образом:

$$ВП = ВР - С \quad (1)$$

где ВП— валовая прибыль, тыс. руб.

ВР — выручка (объем реализации), тыс. руб.,

С — себестоимость реализованных товаров (работ, услуг), тыс. руб.

В общественном питании под выручкой понимаются все суммы, полученные от основных видов деятельности (оборот общественного питания,

доходы от оказания услуг), а под себестоимостью - сумма денежных средств, потраченных на приобретение продовольственных ресурсов (оказание услуг).

2. Для определения валовой прибыли по обороту предприятиями общественного питания используются формулы:

$$ВП = \frac{О * Ун}{100 + Ун} \quad (2)$$

, где О - оборот общественного питания, тыс. руб.

ВП- валовая прибыль, тыс. руб.

Ун –уровень наценки общественного питания, %

Этот способ используется в том случае, если на предприятии общественного питания установлен одинаковый уровень наценки.

Если в течение отчетного периода размер наценки меняется, применение этого метода также возможно, однако сумма оборота определяется отдельно для каждого периода действия установленного размера наценки.

3. Расчет валовой прибыли по ассортименту оборота:

Этот способ используется в случае установления на разные группы блюд и виды покупных товаров разного уровня наценки.

$$ВП = \frac{(О1 * Урн1 + О2 * Урн2 + О3 * Урн3 + \dots + Оn * Урnn)}{100} \quad (3)$$

$$Урн = \frac{Ун * 100}{100 + Ун} \quad (3.1)$$

, где ВП- валовая прибыль, тыс. руб.

О - оборот по i-ой группе блюд или товаров, тыс. руб.

Ун – уровень наценки на i-ю группу блюд или товаров, %

Урн – расчетный уровень наценки на i-ю группу блюд или товаров, %.

Если в отчетном периоде, по какой-либо группе блюд или товаров, происходит изменение наценки, расчет по этой группе производится отдельно для каждого периода действия установленного размера наценки.

4. Метод расчета валовой прибыли по среднему проценту:

Для определения валовой прибыли этим способом используется формула:

$$ВП = \frac{О * Сред\%}{100} \quad (4)$$

,где О – оборот общественного питания, тыс. руб.;

Сред% - средний процент валовой прибыли, который рассчитывается следующим образом:

$$Сред\% = \frac{(Нн + Нп - Нв)}{О + Ок} * 100\% \quad (4.1)$$

,где Нн – величина наценки на остаток сырья и товаров на начало отчетного периода (сальдо счета 42 «Торговая наценка» на начало периода);

Нп - наценка на сырье и товары, поступившие за отчетный период (оборот по кредиту счета 42 «Торговая наценка»);

Нв - наценка на сырье и товары, выбывшие в отчетном периоде (дебетовый оборот по счету 42 «Торговая наценка»). Под выбывшими товарами следует понимать документальное выбытие товаров (возврат поставщикам, списание испорченных товаров и тому подобное).

Ок - остаток товаров на конец отчетного периода (сальдо счета 41 «Товары» и счета 20 «Основное производство» на конец периода).

5. Расчет по ассортименту остатка товаров:

Этот способ используется очень редко, так как для него необходима информация о суммах начисленной и реализованной наценки по каждому наименованию товара.

Формула для расчета:

$$ВП = Нн + Нп - Нв - Нк \quad (5)$$

,где Нн - наценка на остаток сырья и товаров на начало отчетного периода (сальдо счета 42 «Торговая наценка» на начало периода);

Нп - наценка на поступившее сырье и товары за отчетный период (кредитовый оборот по счету 42 «Торговая наценка»);

Нв – наценка на выбывшее сырье и товары (дебетовый оборот по счету 42 «Торговая наценка»);

Нк - наценка на остаток сырья и товаров на конец отчетного периода (сальдо счета 42 «Торговая наценка» на конец периода).

Конкретный метод расчета валовой прибыли предприятие выбирает исходя из наличия необходимой информации и действующего на предприятии порядка учета и анализа оборота.

Отличительной особенностью общественного питания является то, что в связи с дифференциацией уровня наценок по составу оборота валовая прибыль может рассчитываться по тем же формулам отдельно по реализации продукции собственного производства и по реализации покупных товаров.

На предприятиях оптовой и розничной торговли наибольший удельный вес в ней имеют доходы от реализации товаров, а на предприятиях общественного питания – доходы от реализации продукции собственного производства.

Исходя из понятия валовой прибыли, источниками её формирования являются: выручка и себестоимость продукции (услуг).

Выручка предприятий общественного питания, помимо основной реализации продукции, включает также доходы от оказания услуг или выполнения работ, связанных с основной деятельностью[3].

То есть, в зависимости от того, какие виды деятельности фирма включает в перечень основных для себя (это закрепляется в учетной политике), будут отличаться статьи доходов и себестоимости на предприятии.

Так, выручка для предприятий общественного питания может состоять из реализации продукции собственного производства и покупных товаров, а также оказания платных услуг.

Себестоимость соответственно складывается из статей расходов, отвечающих получению выручки от основных видов деятельности.

Разница между выручкой предприятия и себестоимостью продукции представлена в виде реализованной наценки, поэтому основной и единственный источник формирования валовой прибыли - это наценка общественного питания. Она является ценой услуг предприятия по доведению товара до потребителя и его реализации.

Предприятия рассчитывают их самостоятельно, исходя из издержек, установленных налогов и желаемой прибыли[4]. Важно учитывать, что наценка – это элемент цены, обеспечивающий возмещение затрат продавца по продаже товаров и получение прибыли. Кроме того, нужно найти такую грань размера наценки, чтобы не допустить убытки и сохранить конкурентоспособность цены.

Уровень наценки, имеет верхние и нижние границы. Верхние границы обусловлены государственным регулированием цен, сложившейся конъюнктурой на потребительском рынке, уровнем цен конкурентов. Нижний предел ограничен уровнем издержек предприятия общественного питания, так как в противном случае образуются убытки от основной деятельности предприятия.

Уровень наценки также зависит от ценовой политики и специфики деятельности предприятия, структуры оборота, цен приобретения продовольственных ресурсов, психофизиологических особенностей потребителей[19].

Размер наценки предприятия может дифференцироваться по разнообразным признакам. В зависимости от типа предприятия (ресторан, кафе, бар, столовая и т.д.), вида блюд (фирменные или порционные), месторасположения предприятия (место отдыха, интенсивного покупательского потока и др.), времени работы заведения (утреннее, дневное, вечернее, ночное) и других признаков.

Все факторы, влияющие на уровень наценки, оказывают воздействие на величину, состав и уровень валовой прибыли предприятия.

Между данными показателями существует тесная взаимозависимость, математически отражаемая формулами[12]:

$$U_{\text{Н}} = \frac{U_{\text{ВП}} * 100}{100 - U_{\text{ВП}}} \quad (6)$$

$$U_{\text{ВП}} = \frac{U_{\text{Н}} * 100}{100 + U_{\text{Н}}} \quad (6.1)$$

,где $U_{\text{ВП}}$ - уровень валовой прибыли, %

Ун-уровень наценки общественного питания, %

Благодаря этой зависимости существует объективная возможность экономически обосновать необходимый уровень наценки для получения планового уровня валовой прибыли.

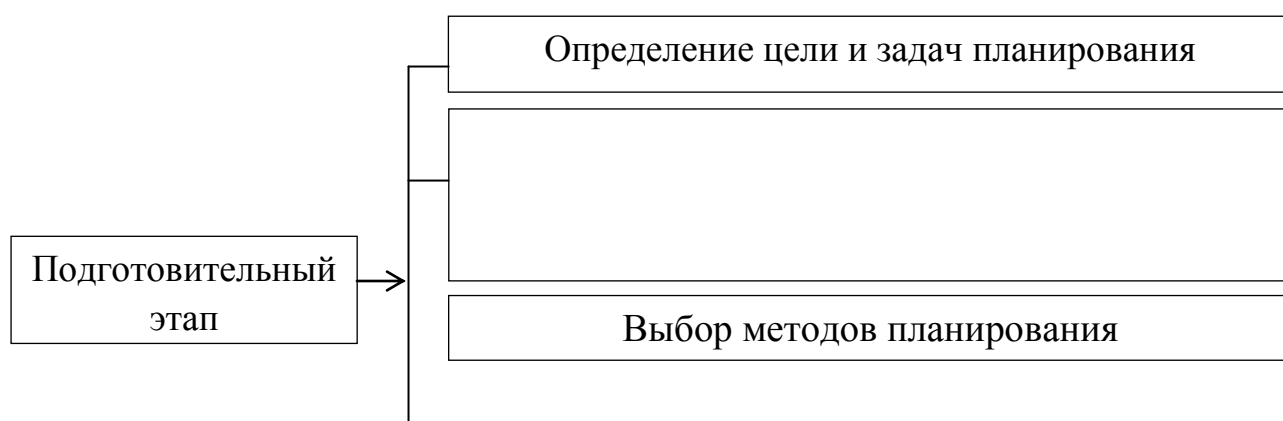
Значение валовой прибыли как экономического показателя очень велико и заключаются в следующем:

1. Возмещает издержки производства и обращения, что обеспечивает текущую хозяйственную деятельность организаций.
2. Определяет прибыль, направленную на производственное и социальное развитие предприятий.
3. Обеспечивает решение задач самофинансирования.
4. Способствует формированию средств местного и государственного бюджетов, внебюджетных фондов за счет выплат различных платежей предприятием [16].

Плановый размер валовой прибыли позволяет предприятию рационально оценить свои возможности и наметить определенную стратегию на будущий период. Но, прежде чем перейти к планированию данного показателя, необходимо изучить методику, представленную в следующем пункте.

1.2. Методика планирования валовой прибыли предприятия в современных условиях

Осуществление планирования валовой прибыли можно представить как последовательность трех этапов: подготовительный, основной и заключительный, представленных на рисунке 1.



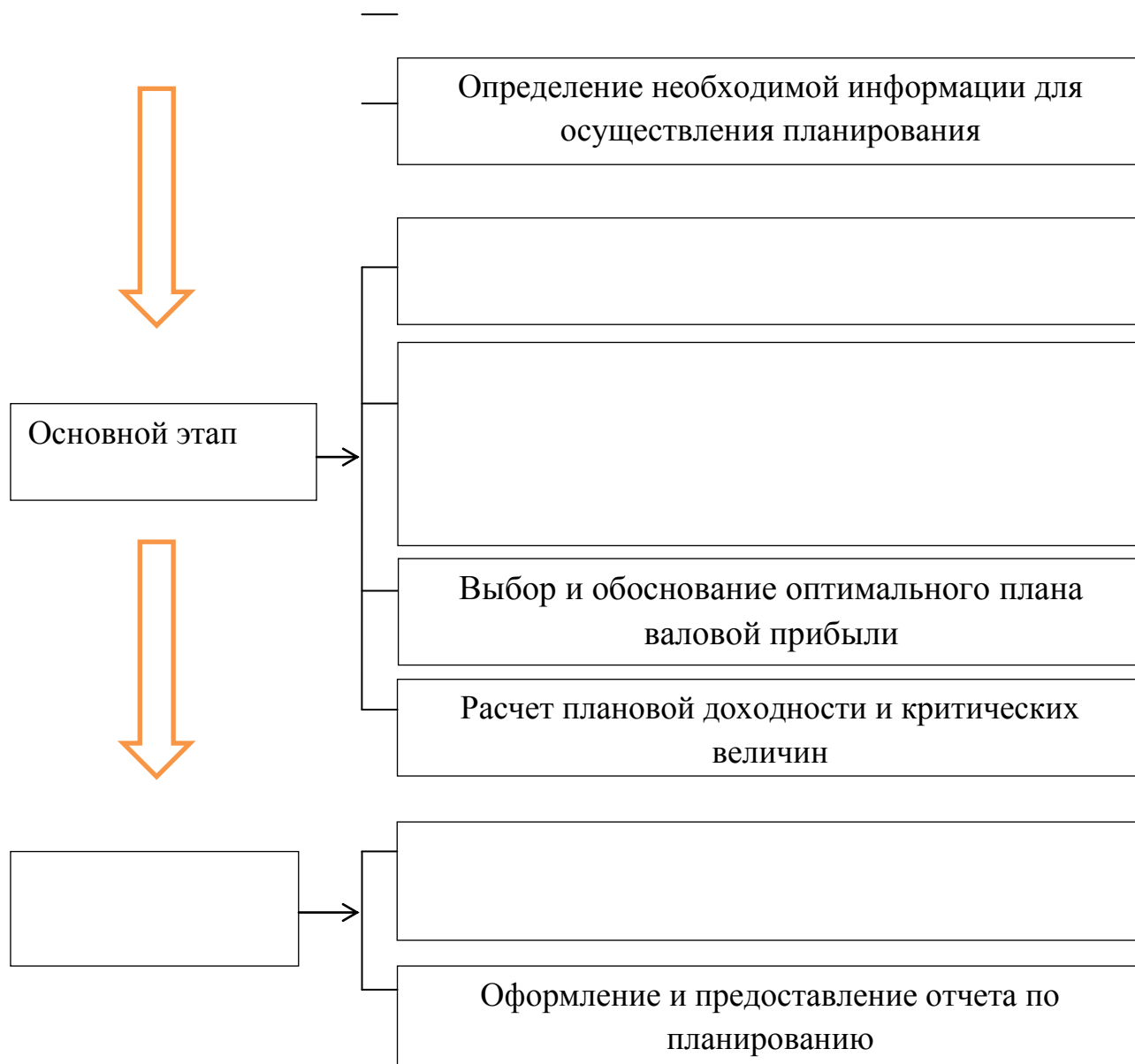


Рисунок 1 - Этапы планирования валовой прибыли предприятия.

Для предприятия общественного питания валовая прибыль является важнейшим показателем, выраженным суммой реализованных наценок. Поэтому при разработке плана валовой прибыли следует исходить из запланированного объема и структуры оборота на предстоящий период, а также намеченной ценовой политики предприятия, в соответствии с которой могут быть изменены наценки, как по отдельным блюдам и товарам, так и в целом по предприятию[22].

Цель планирования валовой прибыли - определение ее возможного объема в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде.

Достижение цели предполагает:

1) осуществление глубокого анализа валовой прибыли, позволяющего оценить деятельность предприятия по ее формированию;

2) изучение конкурентов для экономического обоснования цены и входящей в нее наценки;

3) выбор методов планирования валовой прибыли, определяемый целями развития предприятий;

4) координацию плана валовой прибыли с другими планами хозяйственной деятельности: оборотом общественного питания, издержками производства и обращения, прибылью;

5) разработку управленческих решений, способствующих повышению валовой прибыли;

В соответствии с поставленной целью на первом этапе определяются основные задачи планирования валовой прибыли:

- а) Изучение основных экономических предпосылок.
- б) Планирование основных показателей, влияющих на формирование валовой прибыли.
- в) Планирование уровня и общего объема валовой прибыли различными методами и выбор оптимального значения.
- г) Планирование состава и структуры валовой прибыли предприятия, а также распределение ее величины по периодам года.
- д) Расчет критических величин.
- е) Расчет и оценка плановой доходности.

Важным направлением на подготовительном этапе планирования валовой прибыли является изучение основных экономических предпосылок планирования[20]:

-изучение законодательных, нормативных документов по вопросам учёта, формирования валовой прибыли и ее составляющих.

-результаты анализа основных хозяйственно-экономических показателей деятельности предприятия за несколько лет;

-анализ основных показателей, влияющих на формирование валовой прибыли предприятия;

-результаты общего и факторного анализа валовой прибыли предприятия, в том числе корреляционно-регрессионного анализа;

-план оборота общественного питания, поступления сырья и товаров по общему объему и ассортименту;

-план издержек производства и обращения;

-планируемое значение уровня наценки;

-анализ коэффициентов чувствительности валовой прибыли;

-потребности предприятия в будущем периоде в получении прибыли;

-анализ возможностей предприятия и оценка его стратегии.

Следующим действием происходит выбор методов планирования с точки зрения влияния результатов деятельности и эффективности использования ресурсов, а также определение информационного обеспечения. Круг информации определяется бухгалтерской и статистической отчетностью, внутренней документацией предприятия и другими материалами. Также на подготовительном этапе осуществляется определение сроков и исполнителей планирования.

Основной этап:

На данном этапе происходит планирование основных показателей, влияющих на формирование валовой прибыли (оборота общественного питания, издержек производства и обращения, прибыли).

Затем, на основе плановых значений этих показателей, определяется уровень и общий объем валовой прибыли выбранными методами в планируемом периоде.

Особенностью планирования валовой прибыли предприятия общественного питания является то, что очень часто в соответствии с технологическим процессом выпуска продукции организуются производственные и структурные подразделения (кафе, бар, ресторан являющиеся частью одного предприятия), в каждом из которых планируется своя валовая прибыль.

Затем происходит выбор оптимальной плановой величины валовой прибыли. Он осуществляется исходя из полученных расчетов плановой валовой прибыли различными методами, соответствия критическим величинам и с учетом установленных предприятием целей и задач.

Плановую величину валовой прибыли целесообразно подтвердить расчетом таких критических показателей, как [12]:

- Точка безубыточности показывает, при каком объеме продаж величина валовой прибыли покрывает понесенные затраты. Эта зависимость выражается формулой:

$$Тб = \frac{И_{\text{пост пл}}}{У_{\text{вп пл}} - У_{\text{и пер пл}}} * 100 \quad (7)$$

, где Тб- точка безубыточности, тыс. руб.

И пост пл- постоянные издержки плановые, тыс. руб.

Увп пл - уровень валовой прибыли плановый, %;

Уипер пл – плановый уровень переменных издержек производства и обращения, %

- Критическая сумма валовой прибыли, показывающая ее минимальную величину, возмещающую переменные издержки производства и обращения предприятия общественного питания.

$$ВП_{\text{пл кр}} = \frac{И_{\text{пост пл}}}{К_{\text{покр}}} = \frac{И_{\text{пост пл}}}{\left(1 - \frac{И_{\text{пер пл}}}{ВП_{\text{пл}}}\right)} \quad (8)$$

$$К_{\text{покр}} = \frac{М_{\text{Ппл}}}{ВП_{\text{пл}}} \quad (8.1)$$

, где $ВП_{\text{пл кр}}$ - критическая сумма валовой прибыли, тыс. руб.

И пост пл- постоянные издержки плановые, тыс. руб.

И пер пл- переменные издержки плановые, тыс.руб.

К покр - коэффициент покрытия, характеризующий соотношение между величиной маржинальной прибыли и валовой, коэф.

ВП пл- валовая прибыль плановая, тыс. руб.

МПпл- планируемая маржинальная прибыль , определяемая как разница между плановой суммой валовой прибыли и планируемой суммой переменных издержек общественного питания, тыс. руб.

- Запас финансовой прочности (предел безопасности), показывающий процент возможного снижения суммы валовой прибыли, позволяющий осуществлять рентабельную деятельность:

$$Зфп = \frac{ВП\ пл - ВПпл\ кр}{ВПпл} * 100 \quad (9)$$

,где Зфп- запас финансовой прочности ,%.

ВПпл кр - критическая сумма валовой прибыли, тыс. руб.

ВП пл- валовая прибыль плановая, тыс. руб.

После проведенного соотношения плановой величины валовой прибыли критическим величинам, осуществляется оценка планируемой доходности предприятия, и объем валовой прибыли распределяется по периодам года, составу и структуре. В сфере общественного питания валовая прибыль планируется отдельно по реализации продукции собственного производства, продаже покупных товаров и оказанию услуг.

Заключительный этап:

На заключительном этапе планирования разрабатывается план мероприятий по повышению запланированной величины валовой прибыли предприятия. Данный план мероприятий может включать в себя следующие разделы:

- сокращение звенности товародвижения и увеличение объема закупок непосредственно у предприятий - производителей или крупных оптовых предприятий, минуя посредников;
- оптимизация договоров (контрактов) на поставку товаров;
- использование эффективной маркетинговой политики на предприятии;

-изучение спроса потребителей и формирование ассортиментной политики в соответствии с потребностями и спросом покупателей;

-обеспечение соответствия уровня торгового обслуживания в соответствии с требованиями покупателей, что позволит увеличить цены на реализуемые товары;

-широкое использование скидок (за объем закупаемых товаров, сезонных, бонусных и др.) при закупке товаров предприятиями, что позволит снизить себестоимость блюд и товаров и увеличить размер наценок.

После изучения методики планирования валовой прибыли предприятия целесообразно ознакомиться с методами планирования данного показателя.

1.3 Методы планирования валовой прибыли предприятия общественного питания

При планировании валовой прибыли предприятия можно использовать методы, основанные на влиянии результатов деятельности и опирающиеся на эффективность использования ресурсов. К первой группе относятся: метод технико-экономических расчетов и получения целевой нормы прибыли, экономико-статистические методы, расчетно-аналитический, экономико-математический метод, методы экспертных оценок. Ко второй группе относятся методы корреляционно-регрессионного моделирования и экспертных оценок.

1. Метод технико-экономических расчетов.

При первом варианте данного метода сумма валовой прибыли на планируемый период рассчитывается исходя из планируемого ассортимента, структуры оборота и плановых уровней наценок, определенных предприятием, по каждой группе блюд или товаров:

$$\text{ВПпл} = \sum_{i=1}^n \frac{O_{\text{пл}} * U_{\text{нпл}}}{100 + U_{\text{нпл}}} \quad (10)$$

$$\text{или } \text{ВПпл} = \sum_{i=1}^n \frac{O_{\text{пл ц приоб}} * U_{\text{нпл}}}{100} \quad (10.1)$$

где ВПпл - планируемая сумма валовой прибыли, тыс. руб.;

Опл ц приоб - сумма планового оборота общественного питания по i-й группе блюд или товаров в покупных (отпускных) ценах, тыс. руб.;

Унпл – плановый уровень наценок по i-й группе, %;

Оплл - сумма планового оборота общественного питания по i-й группе блюд или товаров в действующих (продажных) ценах, тыс. руб.

Данный метод планирования валовой прибыли применяют в том случае, если на предприятии уровни наценок дифференцированы по видам блюд и ассортиментному составу оборота. Кроме того, стоит учитывать, что для предприятий общественного питания уровень наценки обычно дифференцируется еще и по составу оборота продукции (собственное производство и покупные товары)[26].

Если же на предприятии установлен одинаковый уровень наценки на всю продукцию, то расчет плановой суммы валовой прибыли может быть осуществлен по формуле:

$$ВПпл = \frac{Опл * Унпл}{100 + Унпл} \quad (11)$$

$$или \quad ВПпл = \frac{Опл \text{ ц приоб} * Унпл}{100} \quad (11.1)$$

где ВПпл - планируемая сумма валовой прибыли, тыс. руб.;

Опл ц приобр - сумма планового оборота в покупных (отпускных) ценах, тыс. руб.;

Унпл - плановый уровень наценок, %;

Опл - плановый оборот в продажных ценах, тыс. руб.

Кроме того, если на предприятии уровень наценки дифференцируется по составу оборота, то расчет плановой суммы валовой прибыли осуществляется по формулам (11) или (11.1) отдельно для продукции собственного производства и покупных товаров.

При втором варианте технико-экономических расчетов сумма валовой прибыли рассчитывается по каждому источнику поступления товаров, согласно заключенным договорам поставки в планируемом году. Данный метод целесообразно использовать, если предприятие имеет небольшое количество

поставщиков и осуществляет реализацию товаров относительно узкого ассортимента. Общая сумма валовой прибыли по предприятию определяется путем суммирования наценок по каждому договору поставки[25].

$$ВП_{пл} = \frac{\sum П_{плі} * У_{нплі}}{100} \quad (12)$$

$$У_{вп} = \frac{ВП_{пл}}{О_{пл}} * 100 \quad (13)$$

,где ВП_{пл} - планируемая сумма валовой прибыли, тыс. руб.;

П_{плі} — объем поступления по і-й группе сырья, товаров, тыс. руб.;

У_{нпл} - плановый уровень наценок по і-й товарной группе, %;

О_{пл}- сумма планового оборота в продажных ценах, тыс. руб.;

При этом условно принимается, что суммы товарных запасов, учитывая специфику их формирования, на начало и конец планового периода равны.

Основными проблемами данного метода являются:

- отсутствие в большинстве случаев на момент планирования заключенных договоров и контрактов с поставщиками, что вызывает трудности с информационным обеспечением планирования этим методом;
- неустойчивость хозяйственных связей и прогнозов товарного обеспечения;
- возможность изменения налогового законодательства;
- необходимо обоснование планового размера уровня наценки в будущем периоде, в основе которого лежат выбранная предприятием стратегия ценового поведения на рынке и его позиционирование по отношению к основным конкурентам.

Планирование валовой прибыли методом технико-экономических расчетов напрямую зависит от планирования уровня наценок. Спланировать наценку можно экономико-статистическими методами, исходя из стратегии предприятия или на основе плановых значений прибыли и издержек предприятия.

$$N_{пл} = \frac{ПП_{пл} + И_{пл}}{СС_{пл}} * 100\% \quad (14)$$

,где N пл-наценка на продукцию в плановом периоде, %;

ПП пл-желаемая плановая прибыль от продаж, тыс. руб.;

И пл- издержки производства и обращения в плановом периоде, тыс. руб.;

СС пл – себестоимость продукции плановая, руб.

2. Расчетно-аналитический метод.

Данный метод может применяться, если на протяжении ряда лет на предприятии наблюдалась устойчивая тенденция динамики уровня валовой прибыли и есть основания предположить, что она будет продолжена в будущем[17]. В этом случае плановый уровень и сумма валовой прибыли рассчитывают по формуле:

$$УВП_{пл} = УВП_n + \frac{УВП_n - УВП_0}{n-1} \quad (15)$$

где Увп пл - планируемый уровень валовой прибыли, %;

Увп_n - уровень валовой прибыли в n (предплановом) периоде, %;

Увп₀ - уровень валовой прибыли в базисном периоде, %.

Сумма валовой прибыли будет определена следующим образом:

$$ВП_{пл} = \frac{O_{пл} * УВП_{пл}}{100} \quad (15.1)$$

где ВП_{пл} – планируемая сумма валовой прибыли, тыс. руб.;

O_{пл}- сумма планового оборота в продажных ценах, тыс. руб.;

Увп_{пл} - плановый уровень валовой прибыли, %.

Расчетно-аналитический метод на практике применяется часто, но и он не лишен недостатков, поскольку не учитывает предполагаемые изменения в структуре оборота и др. Поэтому рекомендуется полученный результат скорректировать на возможные изменения товарной структуры оборота, звенности товародвижения и другие показатели, характеризующие изменения в хозяйственных связях.

3. Экономико-статистические методы:

Используются при стабильных условиях работы предприятия общественного питания на протяжении нескольких лет, когда не происходит существенных колебаний в ассортиментной структуре оборота и выпуска продукции и изменений в системе ценообразования.

- Планирование валовой прибыли по ее среднему уровню или уровню наценки за ряд лет.

$$УВП_{пл} = \frac{ВП_1 + ВП_2 + \dots + ВП_n}{O_1 + O_2 + \dots + O_n} \quad (16)$$

$$ВП_{пл} = \frac{O_{пл} * УВП_{пл}}{100} \quad (16.1)$$

,где Увп пл - планируемый уровень валовой прибыли, %;

ВПпл – планируемая сумма валовой прибыли, тыс. руб.;

ВП_n - сумма валовой прибыли за определенный период, тыс. руб.

O_n - сумма планового оборота в продажных ценах за определенный период, тыс. руб.

- Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней.

Суть метода заключается в выравнивании по методу скользящей средней динамического ряда (4—5 лет) уровня валовой прибыли или наценки и распространения выявленной тенденции на перспективу. При этом каждому значению анализируемых величин присваивается условное обозначение «К».

1 год = К₁; 2 год = К₂; 3 год = К₃; 4 год = К₄; 5 год = К₅

Далее анализируемые значения выравниваются:

$$\overline{K1} = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3}; \overline{K2} = \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3}; \overline{K3} = \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3} \quad (17)$$

После выравнивания динамического ряда по скользящей средней находится среднее изменение показателя за анализируемый период (ΔК):

$$\overline{\Delta K} = \frac{\overline{K_n} - \overline{K_1}}{n-1} \quad (17.1)$$

и рассчитывается планируемый относительный показатель по формуле:

$$K_{n+1} = K_n + \overline{\Delta K} = K_{n-1} + 2\overline{\Delta K} \quad (17.2)$$

4. Экономико-математический метод основан на построении и решении модели зависимости валовой прибыли от различных факторов. Чаще всего используется линейная зависимость, которая может быть отражена следующей формулой:

$$y = a_0 + a_1x_1 + \dots + a_nx_n \quad (18)$$

, где y - сумма (уровень) валовой прибыли, тыс. руб., %;

a_0, a_1, a_n - коэффициенты уравнения;

x_0, x_1, x_n - факторы, определяющие изменения величины валовой прибыли (объем и структура оборота, уровень издержек, уровень рентабельности прибыли от продаж, индекс цен, временной фактор).

Решение уравнения зависимости позволяет рассчитать коэффициенты, после чего при подстановке плановых показателей в расчетную модель определяется плановый размер уровня или суммы валовой прибыли. Возможность использования моделей для планирования проверяется расчетом ошибки прогноза.

В рамках данного метода можно осуществлять построение корреляционно-регрессионной модели зависимости валовой прибыли от эффективности использования основных ресурсов предприятия (персонал, основные фонды, оборотные средства). При таком планировании устанавливается связь различных ресурсных показателей с величиной валовой прибыли предприятия через корреляцию. Показатели с наибольшей степенью влияния включаются в регрессионное уравнение зависимости, позволяющее определить значение валовой прибыли предприятия при изменении значимых показателей. Таким образом, появляется возможность сценарного планирования валовой прибыли при различных значениях показателей.

5. Метод получения целевой нормы прибыли.

Данный метод основан на том, что сумма реализованных наценок (валовая прибыль) должна не только покрывать издержки производства и обращения, но и обеспечивать определенный размер прибыли от продаж [19].

Планирование валовой прибыли с учетом целевой нормы прибыли от продаж осуществляется следующим образом:

$$ВП_{пл} = И_{пл} + П_{прпл} = И_{пл} + \frac{O_{пл} * R_{прод пл}}{100} \quad (19)$$

, где $I_{пл}$ – плановая сумма издержек обращения, руб;

$P_{пр пл}$ — плановая сумма прибыли от продаж, руб.;

$R_{прод пл}$ — целевой (плановый) уровень прибыли от продаж, %;

$O_{пл}$ — плановый оборот общественного питания, руб.

6. Методы экспертных оценок.

Одним из наиболее распространенных методов группового экспертного планирования является метод «мозговой атаки». Он обеспечивает получение прогноза через коллективное творчество специалистов в ходе заседания-сеанса и последующего анализа его результатов. Эксперты подразделяются на две группы, одна из которых генерирует идеи, а другая их анализирует, критикует и разрушает. Групповое мышление производит на 70 % больше ценных новых идей, чем сумма индивидуальных мышлений. Оптимальная численность участников группы 10-15 человек. Продолжительность «мозгового штурма» при генерации идей рекомендуется не менее 20 минут и не более 1 часа.

Метод «Дельфи» также является частоиспользуемым. Его суть заключается в том, что для разработки плана привлекают группу экспертов, состоящую из компетентных лиц, и проводится индивидуальный опрос экспертов, чаще всего в виде анкет-опросников[14].

Обычно бывает достаточно 3-4 раундов, чтобы выработать общее мнение, которое можно считать достоверным:

1 тур - эксперты дают ответы на поставленные вопросы, как правило, без аргументации. Результаты анкетирования обрабатываются, определяются их статистические характеристики (средняя, суммарная, крайние значения ответов), и результаты обработки сообщаются экспертам;

2 тур - повторный опрос экспертов, в ходе которого они должны объяснить, почему изменили или не изменили своего мнения. Результаты обработки результатов 2 тура сообщаются снова экспертам;

3 тур - повторный опрос экспертов с учетом ими в своих ответах новых обстоятельств и так далее пока мнения экспертов не сблизятся.

При планировании в целях минимизации расходов привлекается минимальное число экспертов. Для определения количества экспертов можно использовать следующую формулу:

$$N = 0,5 * \left(\frac{3}{k} + 5 \right) \quad (20)$$

,где N - минимальное количество экспертов;

k – возможная ошибка результатов экспертизы ($0 < k < 1$).

Особенностями метода «Дельфи» являются анонимность экспертов и отсутствие взаимодействия членов экспертной группы, статистическая характеристика группового мнения, возможность использования результатов предыдущего тура опроса.

Все результаты планирования обобщаются в сводную таблицу, и происходит выбор оптимального значения.

По периодам года плановый объем валовой прибыли можно распределить с помощью индекса сезонности, выравнивания удельных весов квартала по скользящей средней или по среднему арифметическому удельному весу.

Состав и структура планируемого объема валовой прибыли зависит от значения удельных весов структурных элементов, определенных выравниванием динамического ряда, на основе средних удельных весов или коэффициента эластичности [25].

Перед этапом планирования необходимо провести комплексный анализ валовой прибыли предприятия, представленный в следующей главе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог по бакалаврской работе, можно сказать, что цель по планированию валовой прибыли предприятия общественного питания и оценке перспектив ее роста при определенных прогнозных ограничениях и в соответствии с выбранной стратегией деятельности предприятия на будущий год достигнута.

В ходе достижения цели были выполнены все поставленные задачи: определена сущность валовой прибыли, ее значение и источники формирования; изучена методика планирования валовой прибыли предприятия в современных условиях; исследованы методы планирования валовой прибыли предприятия общественного питания; осуществлена организационно - экономическая характеристика деятельности предприятия; проанализированы основные показатели, влияющие на формирование валовой прибыли ООО «Альянс»; проведен общий и факторный анализ валовой прибыли исследуемого предприятия; спланированы значения показателей, влияющих на формирование предмета исследования и сама валовая прибыль ООО «Альянс»; проведена оценка перспектив роста валовой прибыли предприятия и предложены рекомендации, направленные на ее повышение.

Осуществляя коммерческую или финансовую деятельность, любое предприятие сталкивается с необходимостью определения некоторых экономических показателей. Они нужны для анализа результатов труда, выявления их доходности или рентабельности и дальнейшего планирования. К одному из главных показателей относится валовая прибыль.

Валовая прибыль – это разница между выручкой от обычных видов деятельности без НДС и себестоимостью реализованной продукции или услуги.

Основным источником формирования валовой прибыли на предприятии общественного питания является наценка.

Наценка на продукцию общественного питания предназначена для покрытия затрат на продукцию и получения прибыли организации. Она устанавливается в процентах к цене приобретения товара или себестоимости

продукции (стоимости сырьевого набора блюда). Предприятия определяют наценку на продукцию собственного производства и покупные товары самостоятельно, но ее величина не должна превышать предельные размеры, устанавливаемые государством.

Таким образом, предприятие общественного питания за оказываемые им услуги получает определенную плату в виде наценок на продукцию. Эта суммарная плата реализованных наценок и есть валовая прибыль предприятия.

Валовая прибыль представляет собой результат деятельности компании, который рассчитывается с установленной учетной политикой периодичностью. Она может включать доходы лишь от той деятельности, которая прописана в уставе предприятия как основная.

Она является очень важной экономической категорией, которая позволяет:

1. Возмещать издержки производства и обращения, обеспечивая текущую хозяйственную деятельность организаций.
2. Определять прибыль, направленную на развитие предприятия.
3. Обеспечивать решение задач самофинансирования.
4. Формировать средства местного и государственного бюджетов, внебюджетных фондов за счет выплат различных платежей предприятием.

Валовую прибыль можно рассчитать несколькими способами, а именно: по бухгалтерскому учету, по общему обороту, по ассортименту оборота, по среднему проценту или по ассортименту остатка товаров.

К системе внутренних факторов, влияющих на валовую прибыль предприятия, относятся: объем реализации, звенность товародвижения, типизация предприятий общественного питания, качество товаров и уровень обслуживания, целевая стратегия, ценовая политика. Все это является резервами роста валовой прибыли.

Размер валовой прибыли также зависит и от конъюнктуры рынка, политики государства, изменения ставок и тарифов платежей, оплачиваемых предприятиями общественного питания.

Существенное влияние на валовую прибыль оказывает платежеспособный спрос населения на товары, территориальное расположение предприятия, контингент потребителей, ассортиментная структура оборота, уровень цен закупки и инфляция.

Планирование каких-либо показателей деятельности необходимо для обеспечения согласования плановой величины с объемом ресурсов для ее достижения.

Планирование опирается на различные методы, выбор которых зависит от условий хозяйствования предприятия, ситуации на рынке, наличия необходимой информации, требуемой точности плановых расчетов и возможностей их осуществления.

При планировании валовой прибыли используются методы, основанные на влиянии результатов деятельности и опирающиеся на эффективность использования ресурсов. К первой группе относятся: экономико-статистические методы, метод технико-экономических расчетов, получения целевой нормы прибыли, расчетно-аналитический, экономико-математический метод или методы экспертных оценок. Ко второй группе относятся методы корреляционно-регрессионного моделирования и экспертных оценок.

Каждое предприятие всегда стремится к увеличению финансового результата своей деятельности, поэтому находится в постоянном поиске методов увеличения валовой прибыли.

Рекомендациями по увеличению валовой прибыли ООО «Альянс» являются: повышение квалификации кадров и их материальное стимулирование; проведение рекламных мероприятий с целью привлечения потребителей; снижение себестоимости продукции за счет выгодных закупок.

Проведение этих и других мероприятий позволит предприятию повысить не только валовую прибыль, но и улучшить эффективность использования ресурсов предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении Методических рекомендаций по реформе предприятий (организаций) [Электронный ресурс]: приказ М-ва экономики Рос. Федерации от 01.10.1997 № 118 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.07.1999 №43н ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от от 06.05.1999 № 32н ред. от 06.04.2015 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
4. О Методических рекомендациях по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуг [Электронный ресурс]: письмо М-ва экономики Рос. Федерации от 20.12.1995 № 7-1026 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Абушенкова, М.В. Про себестоимость готовой продукции и затратные счета / М. В. Абушенкова // Главбух. – 2014. – № 6. – С. 84-89.
6. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов. – Москва : Дашков и К, 2016. - 292 с.
7. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
8. Баженов, Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли : учеб. пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. – Москва: Инфра-М, 2014. – 94 с.

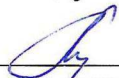
9. Бариленко, В.И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / В.И. Бариленко. - Москва: Юрайт, 2016. -456 с.
- 10.Баскакова, О.В. Экономика организаций (предприятия) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - Москва: Дашков и К, 2017. - 372 с.
- 11.Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие / Л.Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 260 с.
- 12.Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания: учебник и практикум для академического бакалавриата / Э. А. Батраева. – Изд. 2-е, перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2018. — 390 с.
- 13.Бубнова, Т. В. Анализ факторов, влияющих на ценообразование товара / Т. В. Бубнова, И. Р. Храпоненко // Синергия наук. – 2017. – № 14. – С. 137–143.
- 14.Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учеб. пособие для бакалавров / М.В. Виноградова, Н.В. Сорокина. - Москва: Дашков и К, 2015. - 208 с.
- 15.Демидова, О. А. Эконометрика: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / О. А. Демидова, Д. И. Малахов. — Москва : Юрайт, 2018.- 334 с.
- 16.Егорова, М. С. Валовый и чистый доход в деятельности предприятия / М.С. Егорова, К. Е. Щукина // Молодой ученый. - 2015. - №9. -С. 597-601.
- 17.Когденко, В. Г. Экономический анализ: учеб. пособие / В. Г. Когденко. – Изд.2-е , испр. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 392 с.
- 18.Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия) / В.В. Коршунов.- Москва: Юрайт, 2016. - 408 с.
- 19.Лысенко, Ю. В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие. / Ю.В. Лысенко. - Санкт-Петербург: Питер, 2015. - 416 с.
- 20.Панова, А.К. Планирование и эффективная организация продаж: практическое пособие / А.К. Панова. - Москва: Дашков и К, 2016. - 190 с.

21. Прыкина, Л. В. Экономический анализ предприятия: учебник / Л.В. Прыкина. - Москва: Дашков и К, 2018. - 256 с.
22. Пустынникова, Е.В. Экономика предприятий общественного питания: учеб. пособие / Е.В. Пустынникова — Москва: КНОРУС, 2016. — 232 с.
23. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 288 с.
24. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 511 с.
25. Сулова, Ю.Ю. Доходы предприятия торговли: учебное пособие / Ю. Ю. Сулова, Н. Н. Терещенко. – Москва: ИНФРА-М, 2016. - 135 с.
26. Фридман, А.М. Экономика предприятия общественного питания: учебник для бакалавров / А.М. Фридман. - Москва: Дашков и К, 2016. - 464 с.
27. Бухгалтерские и аудиторские термины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/terms/>
28. Единый налог на вменённый доход для отдельных видов деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn77/taxation/taxes/envd/>
29. ООО "АЛЪЯНС": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/2466117760_ooo-alyans
30. Прогноз инфляции на 2019, 2020-2022 годы в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apecon.ru/prognoz-inflyatsii-na-gody-v-rossii>
31. Федеральная служба государственной статистики // Индексы цен на товары и услуги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/tariffs/#
32. Энциклопедический словарь экономики и права [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rus-economic-law-dict.slovaronline.com/>

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

УТВЕРЖДАЮ

/ Заведующий кафедрой


подпись

инициалы, фамилия

« 25 » 06 20 19 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и
организаций (в сфере услуг)»
код и наименование направления

Планирование валовой прибыли предприятия общественного питания и оценка
перспектив ее роста

тема

Руководитель

 25.06.19

подпись, дата


доцент, к-т экон. наук

должность, ученая степень

И.В. Петрученя

инициалы, фамилия

Выпускник

 - 25.06.19

подпись, дата

А.Е. Радова

инициалы, фамилия

Красноярск 2019