

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Ю.Л. Александров

(подпись) (инициалы, фамилия)

« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятий и
организаций»

код, направление и профиль подготовки

Планирование и экономическое обоснование резервов роста прибыли и
рентабельности предприятия

тема

Руководитель

_____ доцент, канд. экон. наук _____ Т.И.Берг
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник

_____ ЭП-12-1 _____ Н.С.Навайкина
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме
«Планирование и экономическое обоснование резервов роста прибыли и рентабельности предприятия»

Выпускная квалификационная работа по теме «Планирование и экономическое обоснование резервов роста прибыли и рентабельности предприятия» на примере «SonyCentre» содержит 95 страницы текстового документа, 2 приложения, 36 использованных источников.

Объект исследования – предприятие розничной торговли «SonyCentre».

Целью работы является планирование и экономическое обоснование резервов роста прибыли и рентабельности на основе его анализа и планирования.

Задачи:

- рассмотреть понятие, функции и виды прибыли торгового предприятия;
- изучить сущность, этапы и характеристику планирования прибыли предприятия торговли;
- рассмотреть характеристику методов планирования прибыли торгового предприятия;
- представить краткую организационно-экономическую характеристику объекта исследования;
- осуществить анализ динамики основных показателей, определяющих величину прибыли предприятия;
- оценить динамику формирования прибыли и рентабельности торгового предприятия;
- провести планирование основных показателей, формирующих различные виды прибыли;
- разработать мероприятия по увеличению прибыли и повышению эффективности работы предприятия торговли.

В результате проведенного исследования были получены основные результаты: были изучены экономические предпосылки планирования прибыли, проведен анализ динамики основных показателей, определяющих величину прибыли предприятия, дана оценка динамики формирования прибыли и рентабельности предприятия «Sony Centre». Дано экономическое обоснование различных видов прибыли предприятия на предстоящий период. В качестве практических мероприятий, направленных на развитие бизнеса и рост прибыли в «Sony Centre», было предложено осуществление такого мероприятия, как платные услуги сервиса, а именно наклейка защитных пленок на смартфоны и планшетные компьютеры. А также осуществление такого мероприятия, как покупка и установка платежного терминала QIWI (КИВИ).

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 6 |
| 1 МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 9 |
| 1.1 Понятие, функции и виды прибыли предприятия торговли..... | 9 |
| 1.2 Планирование прибыли торгового предприятия: сущность, этапы и характеристика..... | 17 |
| 1.3 Характеристика методов планирования прибыли торгового предприятия..... | 21 |
| 2 ИЗУЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕДПОСЫЛОК ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ «SONYCENTRE»..... | 27 |
| 2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия торговли «SonyCentre»..... | 27 |
| 2.2 Анализ динамики основных показателей, определяющих величину прибыли предприятия «SonyCentre»..... | 35 |
| 2.3 Оценка динамики формирования прибыли и рентабельности предприятия «SonyCentre»..... | 55 |
| 3 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ «SONYCENTRE» НА ПРЕДСТОЯЩИЙ ПЕРИОД В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА..... | 61 |
| 3.1 Планирование основных показателей, формирующих различные виды прибыли предприятия «SonyCentre»..... | 61 |
| 3.2 Экономическое обоснование размера различных видов прибыли в плановом периоде количественными и качественными методами предприятия «SonyCentre»..... | 75 |
| 3.3 Разработка мероприятий по увеличению прибыли и повышению эффективности работы в условиях развития бизнеса предприятия торговли «SonyCentre»..... | 79 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 86 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ..... | 92 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 96 |

ВВЕДЕНИЕ

В рыночных условиях прибыль выступает не только основным источником развития хозяйственной деятельности любого предприятия, но и является стимулом практически любой хозяйственной деятельности. Любое предприятие является связующим звеном между возникающими потребностями людей и возможностями удовлетворения этих потребностей. Создаваясь, оно ставит перед собой задачу производства товаров, выполнения работ и оказания услуг, имеет свою экономическую цель создать более высокий результат работы в денежном выражении за период, или получить максимальную прибыль.

Прибыль - важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия. Планирование прибыли - это процесс разработки системы мероприятий по обеспечению ее формирования в необходимом объеме и эффективном использовании в соответствии с целями и задачами развития предприятия. Поэтому вопросы планирования прибыли являются сегодня очень актуальными. По прибыли определяются доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. Прибыль является показателем для определения рентабельности собственных и заёмных средств предприятия, основных производственных фондов, авансированного капитала и каждой акции. Характеризуя целесообразность вложений средств и активы данного предприятия, и степень умелости его хозяйствования, прибыль является наилучшим измерителем его финансового здоровья.

Прибыль не только выступает критерием эффективности управления хозяйственно - финансовой деятельностью, но и является условием обеспечения экономического роста и служит основой инновационного процесса.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод, что в настоящее время значение прибыли велико. Именно поэтому сегодня, в рыночных условиях хозяйствования всё больше возрастает актуальность

планирования прибыли на предстоящий период - любое предприятие заинтересовано в получении положительного результата от своей деятельности. Разработка плана по прибыли является сложным процессом, основанным на изучении и анализе основных показателей формирующих прибыль, а также выявлении их тенденций, закономерностей развития и их влияния на конечный результат деятельности предприятия.

Цель выпускной квалификационной работы –осуществить планирование прибыли и рентабельности торгового предприятия и экономически обосновать резервы их роста на предстоящий период в условиях развития бизнеса в соответствии с имеющимися возможностями и ресурсами.

Для достижения поставленной цели требуется решить ряд задач:

- рассмотреть понятие, функции и виды прибыли торгового предприятия;
- изучить сущность, этапы и характеристику планирования прибыли предприятия торговли;
- рассмотреть характеристику методов планирования прибыли торгового предприятия;
- представить краткую организационно-экономическую характеристику объекта исследования;
- осуществить анализ динамики основных показателей, определяющих величину прибыли предприятия;
- оценить динамику формирования прибыли и рентабельности торгового предприятия;
- спланировать основные показатели, формирующие различные виды прибыли;
- разработать мероприятия по увеличению прибыли и повышению эффективности работы предприятия торговли.

Теоретической основой выпускной работы послужили работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемому вопросу: Берг Т.И., Брагина Л.А., Соломатина А.Н., Раицкого К.А., Терещенко Н.Н., , и др.;

законодательство Российской Федерации и его структур: Налоговый, Гражданский кодекс Российской Федерации и др.; официальные инструктивно-методические материалы; Положения по бухгалтерскому учету.

Методической основой работы явилась совокупность методов общего и факторного анализа, таких как относительных и средних величин, индексного, абсолютных разниц, цепных подстановок. А также совокупность методов планирования, таких как экономико-математический, прямого счета, экономико-статистический, условно-нормативный. Основой выполнения практической части работы являются данные бухгалтерской и аналитической отчетности предприятия, а также материалы собственных исследований.

Предметом исследования выступает планирование прибыли предприятия торговли.

Объект исследования – предприятие розничной торговли «SonyCentre», расположенное по адресу город Красноярск, ул. Белинского, дом 3.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы составил 95 страниц без приложений. Бакалаврская работа иллюстрирована 8 рисунками, 45 таблицами, 2 приложениями. Список использованных источников включает в себя 36 источников.

1 МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие, функции и виды прибыли предприятия торговли

Одним из основных требований успешного функционирования предприятий и их ассоциаций в условиях формирования рыночной экономики является безубыточность основной (операционной) и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Законом о предприятиях установлено, что главной задачей предприятия является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия [26].

В экономической литературе, посвященной вопросам прибыли предприятия, понятие прибыль не имеет единого четкого определения. По мере развития экономической мысли возникало множество попыток отыскать однозначное определение прибыли. Все авторы сходятся в том, что прибыль - это разница, остаток, который содержится в выручке от продаж. Рассмотрим определения показателя «прибыль» (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Основные понятия и определения прибыли

| Авторы | Содержание понятий и определений |
|-----------------------|---|
| Дж. С. Милль | Прибыль – остаток после вычитания из доходов компании затрат на закупку необходимых товаров и услуг (сырье, транспорт), а также на выплату заработной платы персоналу [36]. |
| А. Маршал и Дж-Куллох | Прибыль – остаток после вычитания из доходов затрат на закупку необходимых товаров и услуг, на выплату заработной платы, а также вознаграждение используемых в данном производстве капиталов [36]. |
| Ф. Найт и Уэстон | Чистая прибыль – «остаток из остатка», из которого отнимаются затраты на закупку необходимых товаров и услуг, на выплату заработной платы, а также вознаграждение руководству компании и премия за риск [36]. |
| П. Хейне | Прибыль определяется как полная выручка минус полные издержки. Прибыль возникает в результате неопределенности, так как в условиях отсутствия неопределённости любые расхождения между совокупной выручкой и совокупными издержками будут устранены в процессе конкуренции и прибыль станет равной нулю [32]. |

| Авторы | Содержание понятий и определений |
|-----------------------|---|
| Андре Бабо | Прибыль, с точки зрения бухгалтерского учета, состоит из двух компонентов: 1) доходы от обычной деятельности - представляют собой разницу между выручкой от продаж и необходимыми производственными, торговыми и иными затратами; 2) доходы от обладания предприятием определённых активов, приносящих прибыль (ценные бумаги, долговые обязательства), или активов, стоимость которых может измениться в отчётном периоде (запасы, земельные участки, основные фонды т.д.) [14]. |
| К. Маркс | Прибыль является превращенной формой прибавочной стоимости и выступает в виде разницы между стоимостью (ценой) и издержками производства [36] |
| К. Макконелл и С. Брю | Плата за выполнение предприятием своих функций – это нормальная прибыль, а если общий доход выше всей суммы издержек, то разница будет называться чистой или экономической прибылью [25]. |

Рассмотрев данные определения можно сказать, что прибыль – конечный финансовый результат предпринимательской деятельности. В условиях рыночных отношений – это превращённая форма прибавочной стоимости. Учёт прибыли позволяет установить, насколько эффективно ведётся хозяйственная деятельность.

Нормальная прибыль – заработная плата, или вознаграждение предпринимателя. Выплата нормальной прибыли входит в издержки производства.

Экономическая прибыль, или чистая, прибыль – доход фирмы, который определяется как разница между общей выручкой и общими издержками производства. Экономическая прибыль не входит в состав издержек, так как экономическая прибыль – это результат всей хозяйственной деятельности, а не работы одного или группы предпринимателей [27].

Экономическая прибыль определяется как общая выручка за вычетом суммы расходов, включающих внешние и внутренние издержки производства и нормальную прибыль предпринимателя. Если же доход от реализации покрывает издержки фирмы и ещё превышает их, этот остаток называется экономической или чистой прибылью [12].

Прибыль как экономическую категорию следует рассматривать на двух уровнях:

- качественный аспект;
- количественный аспект (рис.1).



Рисунок 1 - Аспекты и уровни рассмотрения экономической категории «прибыль» [30].

Как результативный показатель (оценочный) она характеризует эффективность деятельности предприятия. Успех предпринимательской деятельности является экономическим показателем роста предприятия. Как количественный показатель она представляет собой разность между валовыми доходами и расходами (издержками производства обращения) предприятия.

Стремление получить экономическую прибыль, обойти конкурентов, укрепить свои позиции на рынке – постоянно действующий мотив предпринимательской деятельности, толкающий экономику вперед, к постоянному развитию. С одной стороны, ожидание экономической прибыли стимулирует наиболее эффективное использование ресурсов.

Рассчитывая на получение экономической прибыли, предприниматель

стремится так организовать производство и сбыт продукции, чтобы добиться снижения затрат, повышения отдачи от используемых факторов производства, и с этой целью он осуществляет технические нововведения, осваивает новые производства. В конечном итоге это способствует экономическому росту и более полному удовлетворению потребностей.

С другой стороны, существование экономической прибыли способствует эффективному распределению ресурсов между альтернативными способами их применения. Наличие в какой-либо отрасли прибыли, превышающий средний нормальный ее уровень, сигнализирует о большей привлекательности данной сферы приложения ресурсов. Это сигнал о том, что на данный вид продукции существует высокий спрос, и что общество заинтересовано в расширении ее производства. В ответ на полученный сигнал, в эту отрасль направляются ресурсы из других отраслей, где их использование приносит меньший доход соответственно, в результате такого перелива ресурсов возрастает в целом эффективность функционирования экономической системы. Но прибыль не только создает стимулы для расширения производств, продукция которых пользуется спросом, но и выступает источником финансирования такого расширения. Предприятия, получающие более высокую прибыль, имеют возможность, часть этой прибыли направить обратно в производство в качестве инвестиций, – причем не только на расширение масштабов производства, но и на его совершенствование, на разработку и внедрение новой техники и так далее. Другими словами, получение фирмой экономической прибыли сегодня создает не только стимулы для предпринимателя, но и реальные возможности для получения такой прибыли в будущем [23].

Итак, прибыль – это основной многозначный оценочный показатель результатов работы предприятия в условиях становления и развития рыночного механизма хозяйствования.

Наиболее полно экономическая сущность прибыли торгового предприятия проявляется через выполняемые ею функции.

В отечественной экономической литературе нет единого мнения по

вопросу о функциях прибыли. Одни экономисты выделяют две основные функции прибыли (источник доходов бюджетов и источников производственного и социального развития предприятия). Другие экономисты выделяют пять основных функций (табл.1.2) [30].

Таблица 1.2 – Функции прибыли и их характеристика

| Название функции | Характеристика |
|---|--|
| 1. Стимулирующая | Ожидание прибыли стимулирует: - внедрение нововведений; - распределение ресурсов, соответствующих потребностям потребителей, предприятий и общества в целом |
| 2. Воспроизводственная | Прибыль является источником самофинансирования предприятия, т.е. его производственного и социального развития |
| 3. Оценочная | Прибыль в абсолютных и относительных показателях характеризует эффективность деятельности предприятия, возможности его перспективного развития и выступает мерилем успеха деятельности |
| 4. Источник доходов бюджетов всех уровней | Прибыль представляет собой основную базу налогообложения и таким образом участвует через систему налогообложения в формировании доходной базы бюджетов всех уровней |
| 5. Источник вознаграждения | Часть прибыли поступает владельцам капитала в качестве вознаграждения |

Для того чтобы прибыль выполняла эти функции, необходимо выполнение ряда условий:

- механизм формирования и распределения прибыли должен побуждать предприятие постоянно повышать эффективность своей деятельности, увеличивать объёмы продаж, производства;
- механизм налогообложения должен обеспечить получение прибыли предприятиями, имеющими различные условия деятельности (месторасположение, климатические условия и т.д.);
- механизм налогообложения должен стимулировать вложение прибыли на развитие предприятия и расширение его деятельности, а не на текущее потребление;
- механизм определения затрат по производству и реализации продукции, работ, услуг должен быть научно обоснованным [30].

Рассмотрев различные определения понятия «прибыль» и её функции,

перейдём к источникам её происхождения.

Источники экономической прибыли следует видеть в эффективном использовании ресурсов, как людских, так материальных. Это значит:

- необходимо постоянно повышать квалификацию работников, создавать нормальные условия для их деятельности, заботиться о них;
- совершенствовать техническое и технологическое обеспечения производства и сбыта. Иначе говоря, нужны инновации, т.е. новая техника, новая технология, новые системы управления.

Инновации – это всегда источник прибыли и важная черта динамичной политики. Однако в условиях конкуренции инновационная прибыль носит временный характер. Соперничающие фирмы перенимают друг у друга инновации, сводя тем самым на нет экономическую прибыль.

Второй источник связан с производственной и предпринимательской деятельностью, поэтому касается практически всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знаний конъюнктуры рынка и умения постоянно адаптировать под него развитие производства. Величина прибыли в данном случае зависит:

- во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбора продуктов, пользующихся стабильным высоким спросом);
- во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т. д.);
- в-третьих, от объёмов производства (чем больше объём продаж, тем больше масса прибыли);
- в-четвёртых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства [14].

Может существовать иной источник экономической прибыли, отличный от вышеперечисленных – это наличие монопольной власти. Её результатом является монопольная прибыль, – обусловленная господством монополий. Она

основана на жёстком контроле над объёмом производства и ценами со стороны монополиста. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольную политику государства и растущую конкуренцию со стороны других предприятий [27].

Рассмотрим виды прибыли в зависимости от источников её происхождения, которые выделил Андре Бабо:

1. Прибыль, заработанная благодаря инициативе. Источники её получения следующие:

– внедрение инноваций, то есть:

а) внедрение на рынок «товара - новинки», который отличается от других подобных товаров, например, повышенным качеством, которое должно привести к увеличению прибыли за счёт роста товарооборота или за счёт увеличения нормы прибыли, если предприятие проводит на рынке стратегию «снятия сливок»;

б) освоение нового рынка сбыта, которое может осуществляться за счёт расширения уже завоёванных рынков либо завоевание нового рынка. Например, если предприятие осуществляет свою деятельность только на городском рынке, то это может быть выход на краевой, российский, иностранные рынки. Все зависит от размеров и возможностей предприятия;

в) внедрение организационно – управленческих новшеств, когда рост прибыли, может быть, достигнут, например, за счёт улучшения управления товарными запасами (для этого следует оснащать предприятие вычислительной техникой), за счёт научной организации труда, расширения круга поставщиков и выбора наиболее оптимальных;

г) внедрение новых методов производства, торговли. Например, прогрессивных методов продажи, самообслуживание. При данном методе сокращается время на обслуживании одного покупателя, снижаются издержки обращения на оплату труда работников, а, следовательно, растёт и прибыль.

– прибыль, как вознаграждение за риск, то есть страховая премия компенсации риска за вложение капитала в данное дело (страхование рисков).

– разумное использование средств, экономия ресурсов, например оптимизация использования трудовых ресурсов за счёт роста показателей фондооснащённости и фондовооружённости, оптимизация товарных запасов.

– дальновидная политика в отношении задолженности. Например, для торговых предприятий это может быть использование кредита не только денежного, но и товарного.

2. Прибыль, полученная при благоприятных обстоятельствах («неожиданные прибыли»), включает:

– прибыль, порождённую характером производственной деятельности. Например, для предприятий торговли это может быть динамика спроса, на которую влияют одновременно темп прироста населения, эластичность по ценам и доходам, характеризующая различные товары. Также это может быть повышение фондовооружённости по сравнению с конкурентами;

– прибыль, связанную с экономической конъюнктурой. Например, размер предприятия и занимаемая им доля рынка, увеличение покупательского спроса на продаваемый предприятием товар, более широкий ассортимент, чем у конкурентов;

– прибыль, возникающая из-за существующей структуры рынка. Например, увеличение доли занимаемого рынка вследствие благоприятных обстоятельств;

– прибыль, возникающая благодаря воздействию инфляции. В результате инфляции происходит так называемое «разбухание» прибыли. Положительным это явление назвать нельзя, т.к., во-первых, увеличивается налогооблагаемая база и, во-вторых, резко снижается покупательная способность рубля, что не позволяет восполнять товарные запасы в нужном количестве, несмотря на падение спроса.

3. «Допускаемая» прибыль, то есть прибыль, зависящая от решения общественного института или договора между различными инстанциями (например, государством, профсоюзами, предприятиями), в большей степени, чем от экономических факторов. Например, навязывание цены производителем

оптовому или розничному предприятию (если оно работает напрямую с производителем): в этом случае невозможна конкуренция цен, и норма прибыли у оптовых и розничных покупателей приобретает устойчивый характер. Однако чаще всего институализация связана с вмешательством государства. Это налоговое регулирование в виде предоставления на отдельные виды деятельности льгот и скидок, различные субсидии и дотации и т.д.[14].

Далее рассмотрим порядок планирования прибыли торгового предприятия.

1.2 Планирование прибыли торгового предприятия: сущность, этапы, характеристика

Планирование прибыли - это процесс экономического обоснования ее объема, достаточного для решения задач экономического и социального развития предприятия в предстоящем периоде, а также процесс разработки системы мероприятий по обеспечению ее формирования и эффективного использования в соответствии с целями и задачами развития предприятия [29].

Планирование прибыли предполагает разработку прогнозов по величине прибыли и направлениям ее использования, текущее и оперативное планирование, формирование, распределение и использование прибыли предприятия. Процесс прогнозирования прибыли заключается в разработке политики управления прибылью предприятия на ряд предстоящих лет, которая определяет систему долгосрочных целей формирования и распределения прибыли в соответствии со стратегией развития предприятия.

Текущее планирование предполагает разработку конкретных планов, основанных на целевых показателях предприятия, планируемых объемах производственной, инвестиционной и финансовой деятельности, разработанной системе норм и нормативов затрат отдельных видов ресурсов, действующих налоговых ставках, результатах анализа прибыли за предшествующий период. Основным видом текущего плана прибыли является план доходов и расходов

предприятия. Оперативное планирование формирования и использования прибыли заключается в разработке системы бюджетов (бюджетировании). Бюджет представляет собой оперативный финансовый план краткосрочного периода (до 1 года), отражающий расходы и поступления средств в процессе осуществления конкретных направлений хозяйственной деятельности.

Управление процессом формирования прибыли предприятия направлено на:

- максимизацию величины прибыли в соответствии с ресурсным потенциалом предприятия и условиями рынка;
- обеспечение оптимального соотношения между величиной формируемой прибыли и уровнем риска;
- выполнение обязательств перед инвесторами, кредиторами, собственниками предприятия, государственными организациями;
- получение собственных финансовых ресурсов, необходимых для реализации стратегии развития предприятия;
- обеспечение роста рыночной стоимости предприятия, бизнеса;
- стимулирование персонала и решение других задач.

Логическая последовательность планирования прибыли представлена на рисунке 2 [17]:

- 1 этап – постановка целей и задач планирования;
- 2 этап – формирование информационной базы планирования прибыли;
- 3 этап – определение прибыли и важнейших экономических и финансовых показателей деятельности предприятия;
- 4 этап – планирование прибыли с использованием различных методов;
- 5 этап – оценка полученных расчетов;
- 6 этап – оценка рентабельности по ассортименту товаров и видам деятельности в целях повышения прибыли;
- 7 этап – внесение изменений в организацию и управление торговым процессом по ассортименту товаров и видам деятельности в целях повышения прибыли;

8 этап - выбор прогнозного значения прибыли, удовлетворяющее целям развития предприятия;

9 этап – планирование рентабельности предприятия.



Рисунок 2 – Алгоритм планирования прибыли предприятия

Процесс планирования прибыли предприятия осуществляется последовательно в несколько этапов:

Таблица 1.3 – Этапы планирования прибыли предприятия

| Этапы | Содержание этапа | Характеристика |
|--|---|--|
| 1. Предварительный этап | | |
| 1.1 Определение объекта и предмета планирования | Выбор объекта и предмета планирования | Предмет – процесс планирования прибыли на предприятиях торговли; Объект – прибыль торгового предприятия. |
| 1.2 Постановка целей и задач планирования | Определение целей | Цель – планирование прибыли на основе объективной информации состояния и развития предприятия торговли |
| | Постановка задач | Изучение экономических предпосылок планирования всех видов прибыли; планирование общего объема прибыли; планирование прибыли по видам деятельности; разработка мероприятий по увеличению прибыли и эффективному использованию прибыли на перспективу. |
| 1.3 Сбор и анализ информации о состоянии и развитии прибыли и факторов ее определяющих | Определение круга необходимой информации | О состоянии и развитии прибыли по общему объему и видам деятельности предприятия; уровень и динамика факторов, формирующих прибыль торгового предприятия и т.д. |
| | Определение источников информации и выбора методов получения первичной информации | Первичная информация: опрос потребителей; опрос торговых работников; опрос поставщиков товаров и т.п. Вторичная информация: статистические данные; бухгалтерская и статистическая отчетность предприятия; публикации в периодической печати по вопросам налогообложения, ценообразования и т.п. |
| | Получение информации и создание ее банка | Создание банка первичной информации; Создание банка вторичной информации. |
| 2. Основной этап | | |

| | | |
|--|---|--|
| Планирование прибыли | Выбор методов планирования прибыли | Количественные методы; Качественные методы. |
| | Планирование прибыли на основе выбранных методов | Планирование общего объёма и каждого вида прибыли; расчет рентабельности предприятия; планирование распределения прибыли; оценка эффективности использования планируемой прибыли. |
| | Выбор оптимального объема прибыли на планируемый период | Выбор критериев и их обоснование; Оценка плановых показателей прибыли по выбранным критериям. |
| 3. Заключительный этап | | |
| Определение перспектив развития и принятие управленческого решения | Предоставление результатов исследования | Результаты планирования предоставляются в наглядном виде (таблицы, диаграммы, расчетные коэффициенты, объяснительная записка с обоснованными выводами, отражающими реальную ситуацию и развитие объекта исследования). |
| | Принятие управленческих решений | Определение приоритетных направлений увеличения и использования прибыли; Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины прибыли. |

Далее рассмотрим возможные методы планирования прибыли торгового предприятия.

1.3 Характеристика методов планирования прибыли торгового предприятия

В процессе планирования прибыли используются различные методы, среди которых основными являются [29]:

- метод прямого счёта;

- условно-нормативный метод;
- метод «CVP»;
- метод целевого планирования;

Метод прямого счёта является относительно простым и достаточно надёжным методом планирования прибыли. Разработке плана по прибыли должны предшествовать расчеты плановых сумм валового дохода и издержек обращения, прочих доходов и расходов предприятия. Расчет плана прибыли методом прямого счёта может осуществляться двумя способами: первый способ предусматривает поочередное планирование издержек обращения, прибыли от реализации товаров, валовой прибыли, налога на прибыль и чистой прибыли; второй способ является разновидностью метода прямого счёта - расчет плана прибыли от реализации товаров по следующей формуле:

$$\text{ПР пл} = \text{ВД пл} * \left(1 - \frac{\text{ИО отч}}{\text{ВД отч}}\right); \quad (9)$$

где ПР пл – плановая прибыль от реализации товаров, тыс.руб.;

ВД пл, ВД отч – сумма валового дохода отчетного\планового года, тыс.руб.;

ИО отч – издержки обращения отчетного года, тыс.руб.

В таком случае, плановая сумма издержек обращения составит:

$$\text{ИО пл} = \text{ВД пл} - \text{ПР пл}; \quad (10)$$

Условно-нормативный метод планирования прибыли предполагает использование ряда норм, таких как:

- норма прибыли на единицу розничного товарооборота;
- норма прибыли на единицу площади торгового зала;

При этом норма прибыли устанавливается по показателю прибыли от реализации. Из-за отсутствия нормативной базы на предприятиях торговли использование этого метода планирования ограничено. Его целесообразно применять для сети торговых предприятий, объединенных в компании. В этом случае, в качестве нормы прибыли могут быть использованы показатели, фактически достигнутые на эталонном предприятии или средние в сети предприятий значения. Плановая сумма прибыли от реализации товаров может

быть рассчитана по формуле:

$$ПР_{пл} = Т_{пл} * N_{пр.эт.}; \quad (11)$$

где $N_{пр.эт.}$ – сумма прибыли на единицу розничного товарооборота эталонного предприятия, принятая в качестве норматива. Для предприятий, не входящих в состав торговых сетей, можно воспользоваться нормой прибыли на единицу собственного капитала. Это может быть уже достигнутый в отчетном периоде показатель рентабельности, исчисленный по чистой прибыли или заданный собственниками, но реально достижимый показатель. В таком случае, методика расчета показателей отражена в таблице 1.4:

Таблица 1.4 – Методика расчета показателей условно-нормативным методом

| Показатель | Формула расчета показателя |
|----------------------------|--|
| Чистая прибыль | $Ч_{пл} = СК_{пл} * N_{чп}$ |
| Прибыль до налогообложения | $ПДН_{пл} = \frac{ЧП * 100}{100 - С_{нп}}$ |
| Прибыль от реализации | $ПР = ВД - ИО$ |

где $N_{чп}$ – норма чистой прибыли - отношение суммы чистой прибыли к величине собственного капитала в отчетном году;

$СК_{пл}$ – плановая величина собственного капитала, тыс.руб.;

$С_{нп}$ - средняя ставка налоговых платежей на прибыль.

Метод планирования прибыли на основе системы «CVP» - «взаимосвязь издержек, объема реализации и прибыли» предполагает поэтапный расчет отдельных показателей прибыли.

На первом этапе определяется точка безубыточности (порог рентабельности) на планируемый год. При использовании данного метода следует исходить из условий изменения показателей в планируемом году, предусмотренных для первого варианта плана, рассчитанного методом прямого счета:

$$Т_{т.б.пл.} = \frac{ИО_{пост.пл.} * 100}{УВД_{пл} - УИО_{перем.пл.}}; \quad (12)$$

где $Т_{т.б.пл.}$ – точка безубыточности на планируемый год, тыс.руб.;

$ИО_{пост.пл.}$ – плановая величина постоянных издержек обращения, тыс.руб.;

УВД пл – уровень валового дохода в планируемом периоде, %;

УИО перем.пл. – уровень переменных издержек обращения в планируемом периоде, %.

На втором этапе определяется плановая сумма прибыли от реализации товаров по формуле:

$$\text{ПР}_{\text{пл}} = \frac{(\text{Т}_{\text{пл}} - \text{Т}_{\text{т.б.пл}}) * (\text{УВД}_{\text{пл}} - \text{УИО}_{\text{перем.пл}})}{100}; \quad (13)$$

На третьем этапе рассчитывается величина прибыли до налогообложения на планируемый год:

$$\text{ПДН}_{\text{пл}} = \text{ПР}_{\text{пл}} + \text{ПрД}_{\text{пл}} - \text{ПрР}_{\text{пл}}; \quad (14)$$

где ПрД пл, ПрР пл – величина прочих доходов/расходов в плановом периоде, тыс.руб.

На четвертом этапе рассчитывается сумма чистой прибыли:

$$\text{ЧП}_{\text{пл}} = \frac{\text{ПДН}_{\text{пл}} * (100 - \text{С}_{\text{нп}})}{100}; \quad (15)$$

Использование метода «СVP» предпочтительнее по сравнению с методом прямого счета, поскольку здесь не только обеспечивается взаимосвязь между объемом реализации, затратами и прибылью, но и определяется порог рентабельности, что обеспечивает предприятию запас финансовой прочности.

Метод целевого планирования прибыли позволяет обеспечить увязку плановой суммы прибыли с потребностями в ней предприятия для реализации своего экономического и социального развития. Основой этого метода является предварительное определение минимально необходимой суммы чистой прибыли, достаточной для погашения долгосрочных кредитов, удовлетворения потребностей предприятия в средствах для выплаты дивидендов, осуществления социальных выплат работникам, а также накопления средств необходимых предприятию для собственного развития [29].

Расчет целевой чистой прибыли на планируемый год может быть выполнен по каждому элементу этих потребностей и охватывать как капитализируемую, так и потребляемую части прибыли либо может охватывать только капитализируемую ее часть. Во втором случае целевая прибыль

рассчитывается как отношение капитализируемой чистой прибыли к коэффициенту капитализации по формуле:

$$\text{ЧП ц} = \frac{\text{ЧП кап}}{\text{К кап}};$$

где ЧП ц – размер целевой чистой прибыли, тыс.руб.;

ЧП кап – величина капитализируемой чистой прибыли, тыс.руб.;

К кап – коэффициент капитализации.

Выбор величины которая будет капитализирована осуществляется из нескольких вариантов:

- прибыль последнего отчетного года;
- прибыль первого прогнозного года;
- средняя величина прибыли за несколько последних отчетных лет (3—5 лет).

В качестве капитализируемой величины может выступать либо чистая прибыль после уплаты налогов, либо прибыль до уплаты налогов, либо величина денежного потока. В большинстве случаев на практике в качестве капитализируемой величины выбирается прибыль после уплаты налогов последнего отчетного года [29].

Далее рассчитываются суммы прибыли до налогообложения и прибыли от реализации по следующим формулам:

$$\text{ПДН пл} = \frac{\text{ЧП ц} * 100}{100 - \text{С нп}}; \quad (17)$$

$$\text{ПР пл} = \text{ПДН пл} + \text{ПрД} - \text{ПрР}; \quad (18)$$

Таким образом, в условиях рыночной экономики основным показателем хозяйственной деятельности предприятия является прибыль. Прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход от предпринимательской деятельности, получаемый как разница между совокупными доходами и совокупными затратами предприятия. В деятельности предприятия различают следующие виды прибыли: прибыль предприятия от реализации, налогооблагаемая прибыль, прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия (чистая прибыль). На изменение размера прибыли оказывают

влияние различные факторы внутренней и внешней среды.

Анализ финансовых результатов хозяйствующего субъекта является одним из наиболее действенных методов управления, основным элементом обоснования руководящих решений. Во второй главе рассмотрим особенности формирования финансовых результатов на торговом предприятии «SonyCentre».

3.3 Разработка мероприятий по увеличению прибыли и повышению эффективности работы в условиях развития бизнеса предприятия торговли «SonyCentre»

В качестве практических мероприятий, направленных на рост прибыли в «Sony Centre» можно предложить осуществление такого мероприятия, как платные услуги сервиса, а именно наклейка защитных пленок на смартфоны и планшетные компьютеры. А также осуществление такого мероприятия, как покупка и установка платежного терминала QIWI (КИВИ). В таблице 3.20 осуществим расчет возможной выручки от оказания услуги «наклейка защитных пленок».

Таблица 3.20 – Расчет планируемого объема выручки «Sony Centre» от оказания услуги «наклейка защитных пленок»

| Наименование | Цена поставщика за пленку, руб. | Объем продаж с одновременным оказанием услуги | Себестоимость за год, тыс. руб. | Цена оказания услуги, руб. | Выручка за год, тыс. руб. | Валовая прибыль, тыс. руб. | | Уровень торговой надбавки, % |
|--|---------------------------------|---|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|------------|------------------------------|
| | | | | | | сумма, тыс. руб. | уровень, % | |
| Защитная плёнка BoraSCO для Sony Xperia M2 | 200 | 720 | 144 | 300 | 216 | 72 | 33,33 | 50,00 |
| Защитная плёнка BoraSCO для Sony Xperia Z3 Compact | 150 | 720 | 108 | 300 | 216 | 108 | 50,00 | 100,00 |
| Защитная плёнка BoraSCO для Sony Xperia E3 | 100 | 720 | 72 | 300 | 216 | 144 | 66,67 | 200,00 |
| Защитная плёнка BoraSCO для SonyXperiaZ3 | 150 | 720 | 108 | 300 | 216 | 108 | 50,00 | 100,00 |
| Защитная плёнка Sony для XperiaZ2 Tablet | 500 | 360 | 180 | 650 | 234 | 54 | 23,08 | 30,00 |
| Защитнаяплёнка Sony для Xperia Tablet Z3 Compact | 500 | 360 | 135 | 650 | 234 | 99 | 42,31 | 73,33 |

| | | | | | | | | |
|---|-----|-------|-----|-----|-------|-----|-------|-------|
| Защитная пленка BoraSCO для SonyXperiaTabletZ3 Comact, прозрачная | 400 | 540 | 216 | 650 | 351 | 135 | 38,46 | 62,50 |
| Итого | | 4 140 | 963 | | 1 683 | 720 | 42,78 | 74,77 |

Таким образом, планируемая выручка от оказания услуги «наклейка защитных пленок» может составить 1683 тыс. рублей. При этом валовая прибыль составит 720 тыс. руб.

В результате роста выручки увеличатся издержки обращения за счет условно-переменной их части, уровень которой в 2015 году составляет 13,76%. Соответственно дополнительные издержки обращения составят 231,6 тыс. руб.:

$$\frac{1683 \times 13,76}{100} = 231,6 (\text{тыс. руб.})$$

Тогда прибыль от продажи при осуществлении предлагаемого мероприятия может составить 488,4 тыс. руб.:

$$720 - 231,6 = 488,4 (\text{тыс. руб.})$$

На прочие расходы, доходы, проценты к уплате предлагаемое мероприятие не окажет никакого влияния. Соответственно прибыль до налогообложения будет соответствовать прибыли от продаж.

Дополнительный налог на прибыль по ставке 20% составит 97,7 тыс. руб.:

$$488,4 \times 20\% = 97,7 (\text{тыс. руб.})$$

Тогда дополнительная чистая прибыль может составить 390,7 тыс. руб.:

$$488,4 - 97,7 = 390,7 (\text{тыс. руб.})$$

Далее осуществим расчет возможной выручки от покупки и установки платежного терминала QIWI.

Ежедневно магазин посещают в среднем 300 человек, каждый десятый посетитель (по статистике) воспользуется услугами платежного терминала, средний платеж составляет 600 рублей. Отсюда следует, что средний ежедневный оборот платежного терминала, установленного в «Sony Centre» может составить около 18 тыс.руб.

$$30 * 600 = 18 (\text{тыс.руб.})$$

Годовой оборот платежного терминала может составить 6 138 тыс.руб.

$$341 * 18 = 6\,138 \text{ (тыс.руб.)}$$

При этом доход предприятия от использования посетителями платежного терминала составляет 10% (комиссия) от годового оборота:

$$6\,138 * 10\% = 613,8 \text{ (тыс.руб.)}$$

Для осуществления подобного мероприятия потребуются следующие затраты:

- 35 тыс.руб. – покупка и установка платежного терминала;
- 4 тыс.руб./мес. – эксплуатационные расходы (техническое обслуживание платежного терминала). Сумма расходов за год составит 83 тыс.руб.

$$35 + (4*12) = 83 \text{ (тыс.руб.)}$$

Тогда прибыль до налогообложения при осуществлении предлагаемого мероприятия может составить 530,8 тыс.руб.

$$613,8 - 83 = 530,8 \text{ (тыс.руб.)}$$

Дополнительный налог на прибыль по ставке 20% составит 106,2 тыс. руб.:

$$530,8 \times 20\% = 106,2 \text{ (тыс. руб.)}$$

Тогда дополнительная чистая прибыль может составить 424,6 тыс. руб.:

$$530,8 - 106,2 = 424,6 \text{ (тыс. руб.)}$$

Далее в таблице 3.21 рассчитаем возможный объем прибыли «Sony Centre» в 2016 году при осуществлении данных мероприятий.

Таблица 3.21 – Расчет прибыли «Sony Centre» в 2016 году с учетом оказания услуги «наклейка защитных пленок» и установки платежного терминала QIWI

| Показатели | Ед. изм | 2016 год | Мероприятия | | 2016 год с учетом мероприятий | Отклонение (+,-) | Темп изменения, % |
|---|-----------|-------------|--------------------------------|--|----------------------------------|---------------------|----------------------|
| | | | Наклейка защитных пленок | Покупка и установка терминала QIWI | | | |
| Выручка | тыс. руб. | 249 650,4 | 1683 | - | 251 333,4 | 1683 | 100,67 |
| Себестоимость продаж | тыс. руб. | 174 035,4 | 963 | - | 174 998,4 | 963 | 100,55 |
| Валовая прибыль | | | | | | | |
| - сумма | тыс. руб. | 75 615 | 720 | - | 76 335 | 720 | 100,95 |
| - уровень | % | 30,3 | 42,78 | - | 30,37 | 0,07 | X |
| Издержки обращения | | | | | | | |
| - сумма | тыс. руб. | 67 052,9 | 231,6 | - | 67 284,5 | 231,6 | 100,35 |
| - уровень | % | 25,1 | 13,76 | - | 26,77 | 1,67 | X |
| Прибыль от продажи | | | | | | | |
| - сумма | тыс. руб. | 8 562,1 | 488,4 | - | 9 050,5 | 488,4 | 105,70 |
| - рентабельность продаж | % | 3,4 | 29,02 | - | 3,6 | 0,2 | X |
| Доходы от участия в других предприятий | тыс. руб. | - | - | - | - | - | - |
| Проценты к получению | тыс. руб. | - | - | - | - | - | - |
| Проценты к уплате | тыс. руб. | - | - | - | - | - | - |
| Прочие доходы | тыс. руб. | 391 | - | 613,8 | 1 004,8 | 613,8 | 256,98 |
| Прочие расходы | тыс. руб. | 983,4 | - | 83 | 1066,4 | 83 | 108,44 |

Окончание табл. 3.21

| | | | | | | | |
|--|-----------|---------|-------|-------|---------|---------|--------|
| Прибыль до налогообложения | | | | | | | |
| - сумма | тыс. руб. | 7 969,7 | 488,4 | 530,8 | 8 988,9 | 1 019,2 | 112,79 |
| - рентабельность до налогообложения | % | 3,2 | 29,02 | - | 3,58 | 0,38 | X |
| Текущий налог на прибыль | тыс. руб. | 1 594 | 97,7 | 106,2 | 1 797,9 | 203,9 | 112,79 |
| Отложенные налоговые обязательства | тыс. руб. | 212 | - | - | 212 | - | 100,00 |
| Отложенные налоговые активы | тыс. руб. | - | - | - | - | - | - |
| Чистая прибыль | | | | | | | |
| - сумма | тыс. руб. | 6 163,7 | 390,7 | 424,6 | 6 979 | 815,3 | 113,23 |
| - рентабельность конечной деятельности | % | 2,5 | 23,2 | - | 2,78 | 0,28 | X |

При осуществлении предлагаемых мероприятий выручка может вырасти на 1 683 тыс. руб. в денежной форме или на 0,67% в относительном выражении и достигнуть 251 333,4 тыс. рублей. Валовая прибыль составит 76 335 тыс. руб., что на 0,95% в относительном выражении больше суммы планируемого года. Издержки обращения увеличатся на 0,35% в относительном выражении, в результате чего составят 67 284,5 тыс. руб. при осуществлении рекомендаций. Их рост, в большей степени, будет связан с увеличением условно-переменной части данного вида затрат. Одновременно увеличится уровень издержек обращения с 25,1 до 26,77%, что будет свидетельствовать об относительном перерасходе средств, имеющихся у организации. Прибыль от продаж составит 9 050,5 тыс. руб., что больше 2016 года на 488,4 тыс. руб. в денежной форме или на 5,7% в относительном выражении. Рентабельность продаж достигнет 3,6%, что больше планируемого года на 0,2%. На данные изменения окажет влияние лишь услуга «наклейка защитных пленок». Такое мероприятия как покупка и установка платежного терминала QIWI принесет предприятию 613,8 тыс.руб. в составе прочих расходов, общая их сумма с учетом рекомендаций составит 1 004,8 тыс.руб. Установка и техническое обслуживание терминала в течении года требует увеличения прочих расходов на 83 тыс.руб. Прочие расходы в целом составят 1066,4 тыс.руб., что больше 2016 года без учета рекомендаций на 8,44%. На прибыль до налогообложения, текущий налог на прибыль и чистую прибыль окажут влияние оба мероприятия. Будет наблюдаться рост прибыли до налогообложения на 1 019,2 тыс. руб. в денежной форме или на 12,79% в относительном выражении, в результате чего она достигнет 8 988,9 тыс. руб. в 2016 году с учетом рекомендаций. Рентабельность до налогообложения увеличится на 0,38% и составит 3,58%. Чистая прибыль с учетом рекомендаций также будет иметь рост. Сумма чистой прибыли увеличится на 815,3 тыс.руб. в денежной форме или на 13,23% в относительном выражении, в результате чего она достигнет 6 979 тыс.руб. Рентабельность конечной деятельности вырастет с 2,5% в

планируемом году до 2,78% в 2016 году с учетом осуществления предлагаемых мероприятий. Соответственно их осуществление является обоснованным и целесообразным. Данная динамика будет свидетельствовать о повышении эффективности деятельности «Sony Centre».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель выпускной квалификационной работы – осуществить планирование прибыли и рентабельности торгового предприятия и экономически обосновать резервы их роста на предстоящий период в условиях развития бизнеса в соответствии с имеющимися возможностями и ресурсами.

Предметом исследования выступает планирование прибыли предприятия торговли.

Объект исследования – предприятие розничной торговли «Sony Centre», расположенное по адресу город Красноярск, ул. Белинского, дом 3.

Проведенный анализ показателей, определяющих прибыль Sony Centre», позволяет сделать следующие выводы:

– За пять лет оборот розничной торговли «SonyCentre» в действующих ценах увеличился на 65 606 тыс. руб. в денежной форме или на 41,27% в относительном выражении. В 2011 году он составил 158 963 тыс. руб., в 2012 году – 174 542 тыс. руб., в 2013 году – 187 456 тыс. руб., в 2014 году – 201 236 тыс. руб. и в 2015 году 224 569 тыс. рублей.

– В сопоставимых ценах оборот розничной торговли «SonyCentre» также имел постоянную тенденцию к росту.

– Наибольший объем продаж приходится на долю четвертого квартала. Это 27,31% в базисном периоде и 27,05% в отчетном году. В денежном выражении объем продаж в данный временной отрезок вырос с 54 957 тыс. руб. до 60 745 тыс. руб., то есть на 10,53% в относительной форме.

– Коэффициент ритмичности развития оборота розничной торговли равен 1 и является оптимальным показателем, что объясняется ростом объема продаж во всех анализируемых периодах.

– Коэффициент равномерности развития оборота розничной торговли по кварталам составил 99,12%.

– Наибольший оборот розничной торговли приходится на такую товарную группу, как «смартфоны и планшеты». Это 28,23% общего объема реализации в 2013 году и 28,57% в 2014 году. Объем продаж от реализации данной ассортиментной позиции в динамике увеличился с 56 809 до 64 159 тыс. руб., то есть на 12,94% в относительном выражении.

– Общая величина доходов предприятия в динамике выросла с 53 044 тыс. руб. в 2014 году до 59 707 тыс. руб. в 2015 году, то есть на 6 663 тыс. руб. в денежной форме или на 12,56% в относительном выражении.

– Доходы в основном, а именно на 99,29% в 2014 году и на 99,35% в 2015 году, сформированы валовой прибылью. Она в динамике выросла на 12,62% в относительной форме или на 6 649 тыс. руб. в денежном выражении и составила в отчетном периоде анализа 59 316 тыс. руб., что является положительной тенденцией в работе рассматриваемого предприятия торговли.

– Наибольшую валовую прибыль предприятию принесла такая товарная группа, как «смартфоны и планшеты». Это 15 589 тыс. руб. в базисном году и 17 963 тыс. руб. в отчетном году, что на 2 374 тыс. руб. больше прошлого года в абсолютном выражении. Уровень валовой прибыли по данной группе товаров в динамике повысился на 0,56% и составил 28,00% в 2015 году. Уровень торговой надбавки увеличился с 37,82 до 38,88%.

– Прочие доходы в 2015 году составили 391 тыс. руб., что на 14 тыс. руб. в абсолютном выражении или на 3,71% в относительной форме больше 2014 года. Увеличение данных доходов можно оценить положительно, только в части роста доходов, связанных с выбытием активов. Увеличение доходов в части излишков оценивается с негативной стороны.

– Общий прирост расходов составил 5 531 тыс. руб. в денежной форме или 11,32% в относительном выражении и они достигли 54 378 тыс. руб. в отчетном периоде.

– В структуре расходов основную долю, а именно 94,7% в 2014 году и 94,55% в 2015 году занимают издержки обращения. В суммарном

выражении они составили 46 256 и 51 412 тыс. руб. соответственно, то есть прирост составил 11,15% в относительной форме или 5 156 тыс. руб. в денежном выражении.

– Основную долю в издержках занимают расходы на рекламу. Это 40,19% в базисном году и 40,51% в отчетном году. Они составили 20 825 тыс. руб. в 2015 году, что на 2 236 тыс. руб. в денежной форме или на 12,03% в относительном выражении больше 2014 года. К данным расходам относится реклама в СМИ (телевидение, радио, рекламный проспект ТРЦ «Планета»), затраты размещение в Дубль Гисе и иных аналогичных информационных источниках, расходы, связанные с выпуском дисконтных карт.

– Прочие расходы составили 981 тыс. руб. в 2015 году, что на 25 тыс. руб. в денежной форме или на 2,62% в относительном выражении больше базисного периода анализа.

Анализ формирования прибыли «SonyCentre» позволяет сделать следующие выводы:

– Прибыль от продаж в динамике выросла. Она составила в отчетном году 7 904 тыс. руб., что на 23,29% в относительной форме или на 1 493 тыс. руб. в абсолютном выражении больше прошлого года.

– В отчетном периоде анализа на предприятии наблюдается рост прибыли до налогообложения с 5 476 до 6 926 тыс. руб., то есть на 1 450 тыс. руб. в денежной форме или на 26,48% в относительном выражении.

– Чистая прибыль в 2015 году выросла на 26,97% в относительной форме или на 1 132 тыс. руб. в абсолютном выражении и составила 5 329 тыс. руб. в отчетном году.

– Факторный анализ прибыли позволяет сделать вывод, что часть рассматриваемых факторов оказала положительное влияние на различные виды прибыли (оборот розничной торговли, уровень валовой прибыли, уровень издержек обращения, прочие доходы), а часть отрицательное (проценты к уплате, прочие расходы, налог на прибыль и отложенные налоговые обязательства). Структуру влияния факторов можно признать

рациональной, так как все виды прибыли «Sony Centre» увеличиваются.

– Рентабельность конечной деятельности повысилась с 2,09% в 2014 году до 2,37% в 2015 году. Данная динамика свидетельствует о повышении эффективности конечной деятельности. Также необходимо отметить, что оптимальным считается, когда рентабельность конечной деятельности находится на уровне 5-8%. В рассматриваемом предприятии она значительно ниже, что является негативным моментом в работе предприятия.

Планирование основных показателей, формирующих различные виды прибыли предприятия «Sony Centre», позволяет сделать следующие выводы:

- Плановый объем оборота розничной торговли на 2016 год составит: опытно-статистическим методом - 244 870,04 тыс. руб.; методом выравнивания динамического ряда по скользящей средней - 276 669 и 267 356,12 тыс. руб. в зависимости от способа расчета; экономико-математическим методом - 236 725 тыс.руб. Рекомендуемое значение объема товарооборота - 249 650,4 тыс.руб., темп прироста товарооборота – 11,2%;

- Наибольший ОРТ планируемого года приходится на долю четвертого квартала - 67 854,98 тыс. руб., а наименьший – на долю третьего квартала - 57 369,66 тыс. руб.;

- Наибольший объем ОРТ по товарной группе «смартфоны и планшеты» - 70 900,71 тыс. руб. Это 28,4% от запланированного объема реализации. По группе «ТВ и домашние кинотеатры» - 62 737,15 тыс. руб., 25,13% от общего объема ОРТ. Наименьшая выручка от розничной продажи планируется по товарной группе «аудио товары» - 11,55% от общего объема ОРТ или 28 834,62 тыс. руб. в абсолютном выражении;

- Наибольший прирост ОРТ, в размере 6 741,71 тыс. руб., ожидается по товарной группе «смартфоны и планшеты». Наименьший прирост - по товарной группе «аудио техника». Он составит 3 368,62 тыс. руб. В целом по предприятию планируется рост продаж по всем товарным группам;

- Плановый объем валовой прибыли на 2016 год методом выравнивания динамического ряда по скользящей средней составит 73 047,7

и 72 910,4 тыс. руб. в зависимости от способа расчета. Опытным – статистическим методом - 65 930,3 тыс.руб. Рекомендуемая величина планируемой валовой прибыли - 73 047,7 тыс.руб.;

- Плановая величина издержек обращения методом выравнивания динамического ряда по скользящей средней - 62 598,6 и 62 612,3 тыс. руб. в зависимости от способа расчета, методом исходя из запланированного объема товарооборота, сумм условно-постоянных и условно-переменных расходов в отчетном периоде и выявленных тенденций их изменений - 57 739,8 тыс.руб. Оптимальная величина планируемых издержек - 67 052,91 тыс. руб.

Осуществление планирования различных видов прибыли торгового предприятия «Sony Centre», позволяет сделать следующие выводы:

- Оптимальным методом планирования прибыли на 2016 год выступает условно-нормативный метод, поскольку он обеспечивает рост рентабельности конечной деятельности до 2,5% и является выполнимым для предприятия. В соответствии с данным методом рентабельность торгового предприятия должна возрасти на 0,13%, а сумма чистой прибыли – на 877,5 тыс. руб.;

- На 2016 год запланированы следующие показатели в размере: прибыль от продаж – 8 562,1 тыс. руб.; прибыль до налогообложения – 7 970,1 тыс.руб.; чистая прибыль – 6 206,5 тыс.руб.; показатель рентабельности конечной деятельности – 2,5%.

В качестве практических мероприятий, направленных на развитие бизнеса и рост прибыли в «Sony Centre» можно предложить осуществление такого мероприятия, как платные услуги сервиса, а именно наклейка защитных пленок на смартфоны и планшетные компьютеры. А также осуществление такого мероприятия, как покупка и установка платежного терминала QIWI (КИВИ).

При осуществлении предлагаемых мероприятий выручка может возрасти на 1 683 тыс. руб. в денежной форме или на 0,67% в относительном

выражении и достигнуть 251 333,4 тыс. рублей. Валовая прибыль составит 76 335 тыс. руб., что на 0,95% в относительном выражении больше суммы планируемого года. Издержки обращения увеличатся на 0,35% в относительном выражении, в результате чего составят 67 284,5 тыс. руб. при осуществлении рекомендаций. Их рост, в большей степени, будет связан с увеличением условно-переменной части данного вида затрат. Одновременно увеличится уровень издержек обращения с 25,1 до 26,77%, что будет свидетельствовать об относительном перерасходе средств, имеющихся у организации. Прибыль от продаж составит 9 050,5 тыс. руб., что больше 2016 года на 488,4 тыс. руб. в денежной форме или на 5,7% в относительном выражении. Рентабельность продаж достигнет 3,6%, что больше планируемого года на 0,2%. На данные изменения окажет влияние лишь услуга «наклейка защитных пленок». Такое мероприятия как покупка и установка платежного терминала QIWI принесет предприятию 613,8 тыс.руб. в составе прочих расходов, общая их сумма с учетом рекомендаций составит 1 004,8 тыс.руб. Установка и техническое обслуживание терминала в течении года требует увеличения прочих расходов на 83 тыс.руб. Прочие расходы в целом составят 1066,4 тыс.руб., что больше 2016 года без учета рекомендаций на 8,44%. На прибыль до налогообложения, текущий налог на прибыль и чистую прибыль окажут влияние оба мероприятия. Будет наблюдаться рост прибыли до налогообложения на 1 019,2 тыс. руб. в денежной форме или на 12,79% в относительном выражении, в результате чего она достигнет 8 988,9 тыс. руб. в 2016 году с учетом рекомендаций. Рентабельность до налогообложения увеличится на 0,38% и составит 3,58%. Чистая прибыль с учетом рекомендаций также будет иметь рост. Сумма чистой прибыли увеличится на 815,3 тыс.руб. в денежной форме или на 13,23% в относительном выражении, в результате чего она достигнет 6 979 тыс.руб. Рентабельность конечной деятельности вырастет с 2,5% в планируемом году до 2,78% в 2016 году с учетом осуществления предлагаемых мероприятий. Соответственно их осуществление является

обоснованным и целесообразным. Данная динамика будет свидетельствовать о повышении эффективности деятельности «Sony Centre».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993г.; с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 №11-ФКЗ. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2 Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4ч. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ ред. от 31.01.2016. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

3 Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2ч. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 №146-ФЗ ред. от 08.03.2016. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

4 Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ от 06.04.2015, с изм. 10.01.2016. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

5 Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998 №14-ФЗ ред. от 06.04.2015 . // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

6 Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 18/02 «Учет расходов налога на прибыль» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 19.11.2002 №114-н; ред. от 06.04.2015. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

7 План импортозамещения программного обеспечения[Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 01.04.2015 г. №96. // Официальный сайт «Минкомсвязь России». - Режим доступа: <http://www.minsvyaz.ru/ru/>

8 Отраслевой план мероприятий по импортозамещению в радиоэлектронной промышленности Российской Федерации [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва промышленности и торговли Российской Федерации от 31.03.2015 г. №622. // Официальный сайт «Минпромторг России». - Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>

9 Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.10.2008 г №106-н; ред. от 18.12.2012. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

10 Положение по бухгалтерскому учёту ПБУ 9/99 «Доходы организаций» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.05.1999 № 32н ред. от 27.04.2012. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

11 Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 10/99 «Расходы организаций» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.05.1999 № 33н ред. от 27.04.2012. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

12 Арзуманова, Т. И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мочабели. – Москва: Дашков и К, 2012. – 276с.

13 Бабич Т.Н.Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Т.Н. Бабич. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.

14 Бабо, А. Прибыль / А. Бабо; пер. с фр.; общ. ред. и ком. В.И. Кузнецова. - Москва: Процесс, 2013. - 175с.

15 Баженов Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях

торговли: учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2014. - 96 с.

16 Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник для вузов // Л.Е. Басовский. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 256 с.

17 Берг, Т.И. Экономика торговли: Текст лекций по теме «Планирование прибыли предприятия торговли» / Т.И. Берг; Краснояр. гос. торг-экон. ин-т.– Красноярск, 2004. – 28с.

18 Волков В.В. Повышение конкурентоспособности субъектов хозяйственной деятельности на основе учета индивидуальных особенностей развития региона / В.В. Волков; Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина. - Тамбов, 2015. - 22 с.

19 Голикова В.Г. Управленческая экономика: учебное пособие / Г. В. Голикова. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 216 с.

20 Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия: учебник / В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк; под ред. Б.Н. Чернышева, В.Я. Горфинкеля. - 2-е изд. - Москва: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 296 с.

21 Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 448 с.

22 Грязнова А.Г. Микроэкономика. Теория и российская практика: учебник для вузов / А. Г. Грязнова, А. Ю. Юданова. - Москва: КноРус, 2015. - 635 с.

23 Иванов, Г. Г. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / Г. Г. Иванов. – Москва: Академия, 2013. – 318с.

24 Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. - Москва: Юрайт, 2014. - 448 с.

25 Новашина Т.С. Экономика и финансы предприятия / Т.С. Новашиной. - Москва: Синергия, 2014. - 344 с.

26 Носова, С.С. Экономическая теория: учебник / С.С. Носова.- Москва: Дашков и К, 2012. - 864с.

27 Раицкий, К. А. Экономика и управление в организациях торговли:

учебное пособие / К. А. Раицкий. – Москва: Аспект-Пресс, 2009. – 356с.

28 Скляренко В. К. Экономика предприятия: учебное пособие / В. К. Скляренко, В. М. Прудников. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 256 с.

29 Соломатин, А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебное пособие / А.Н. Соломатин – Санкт-Петербург: Питер, 2010. - 560с.

30 Терещенко, Н.Н. Прибыль предприятия: учебное пособие / Н.Н. Терещенко, Ю.Ю. Сулова; Краснояр. гос. торг-экон. ин-т.- Красноярск, 2014. - 120с.

31 Финансовая отчетность. Общие требования к финансовой отчетности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.klerk.ru/buh/articles/95639/>

32 Хейне, П. Экономический образ мышления / П. Хейне.- Москва: Дело, 2013. - 320с.

33 Экономика предприятия: учебное пособие / Финансовый Университет при Правительстве РФ; под ред. А.Н. Ряховской. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2014. - 511 с.

34 Экономика торгового предприятия: учебник / Под ред. А.И. Гребнева. - Москва: Экономика, 2012. - 238с.

35 Экономика торгового предприятия: учебное пособие. В 2ч. Ч.2 / Ю.Л. Александров [и др].; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2002. - 258с.

36 Ядгаров, Я.С. История экономических учений / Я.С. Ядгаров. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 479 с.

Приложение Б

Форма информационной карты заявки на размещение выпускной квалификационной работы на сайте университета

| Наименование поля данных | Информация |
|--|--|
| 1 Автор (фамилия, имя, отчество студента) | Навайкина Наталья Сергеевна |
| 2 Руководитель (фамилия, имя, отчество), должность, ученая степень, ученое звание | Берг Татьяна Игоревна, доцент, канд. экон. наук |
| 3 Код Государственного рубрикатора научно-технической информации (ГРНТИ) | 06.81.12 |
| 4 Заглавие (тема/название работы) | Планирование и экономическое обоснование резервов роста прибыли и рентабельности предприятия |
| 5 Тип документа: выпускная квалификационная работа бакалавра, дипломная работа бакалавра, дипломная работа специалиста, дипломный проект специалиста, магистерская диссертация | Выпускная квалификационная работа бакалавра |
| 6 Код и наименование направления (специальности) /профиля/ программы | 080100.62.09 Экономика предприятий (организаций) |
| 7 Институт, кафедра | ТЭИ СФУ. Кафедра экономики и планирования |
| 8 Год издания/защиты (текущий) | 2016 |
| 9 Место издания | Красноярск |
| 10 Издатель | Сибирский федеральный университет |
| 11 Поле для загрузки файла с текстом работы | |
| 12 E-mail руководителя ВКР | |
| 13 Пароль | |
| 14 Заявление о соблюдении авторских прав | <i>Я подтверждаю, что выпускная работа написана в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц</i> |
| 15 Наличие соавторов (да/нет) | нет |
| 16 Наличие конфиденциальной информации в тексте выпускной квалификационной работы | <i>а) Я подтверждаю, что текст ВКР не содержит сведений, составляющих государственную тайну, а также производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах</i> |

Окончание приложения Б

| Наименование поля данных | Информация |
|--------------------------|--|
| | <i>осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя (публикуется)</i> |
| | <i>б) Из текста ВКР изъяты производственные, технические, экономические, организационные и другие сведения, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя (публикуется с учетом изъятия)</i> |
| | <i>в) Текст ВКР содержит сведения, содержащие государственную тайну (не публикуется)</i> |