

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

Валовая прибыль предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов
роста (на материалах ООО «Лента»)
тема

Руководитель _____ доцент, канд.экон.наук _____ Петрученя И.В.
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник Эп-11-1з _____ 11-011-70 _____ Черкашина Д.Е.
номер группы номер зачетной книжки подпись, дата инициалы, фамилия

Консультант _____ доцент, канд.экон.наук _____ Федорова О.М.
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Тема: «Валовая прибыль предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов роста» (на материалах ООО «Лента»).

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников литературы и приложений. Работа иллюстрирована 16 рисунками, 46 таблицами, 5 приложениями. Список включает 33 использованных источников литературы. Общий объем работы составил 106 страниц без приложений.

АНАЛИЗ, ПЛАНИРОВАНИЕ, ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, ДОХОДНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕЗЕРВЫ РОСТА, РИСКИ.

Цель - анализ и экономическое обоснование резервов роста валовой прибыли в будущем году.

Задачи:

- рассмотреть теоретические и методические основы анализа и планирования валовой прибыли торгового предприятия;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику деятельности объекта исследования;
- осуществить оценку основных факторов, оказывающих влияние на формирование валовой прибыли;
- провести анализ объема и состава валовой прибыли предприятия;
- осуществить факторный анализ валовой прибыли;
- провести экономическое обоснование выручки на будущий год;
- осуществить планирование валовой прибыли торгового предприятия с использованием различных методов;
- выявить резервы роста валовой прибыли в будущем году.

Резервы роста валовой прибыли ООО «Лента»:

- расширение ассортимента за счет такой группы товаров, как «газеты и журналы»;
- расширение ассортимента за счет детских товаров, а именно мягких игрушек фирмы Ауго и конструкторов Lego;
- установка в магазинах изучаемого предприятия касс самообслуживания.

При осуществлении рекомендаций оборот розничной торговли в будущем году вырастет на 19,24% в относительном выражении и достигнет 262 732,9 тыс. рублей. Прибыль от продаж может составить 5 222,1 тыс. руб., что больше отчетного года на 3 220,3 тыс. руб. в денежной форме. Рентабельность продаж достигнет 1,99%, что больше отчетного периода анализа на 1,08%. Также при осуществлении предлагаемых мероприятий будет отмечаться повышение всех показателей доходности изучаемого предприятия ООО «Лента», рассчитанных по валовой прибыли, что будет свидетельствовать о целесообразности предлагаемых мероприятий. Помимо этого оценка эффективности управления в ООО «Лента» возрастет с 16,8 до 18,8 баллов.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развития рыночных отношений в экономике страны практически все предприятия, в том числе и предприятия торговли, работают в условиях полного экономического расчёта, основанного на таких принципах, как хозяйственная самостоятельность, материальная заинтересованность, материальная ответственность.

Целью предприятия является получение доходов и прибыли, тем самым повышение рентабельности деятельности предприятия. Доходы являются синтетическим показателем и определяются объемом и структурой оптового оборота, уровнем торговой надбавки, эффективностью использования основных и оборотных средств [28].

Валовая прибыль является основным видом доходов торгового предприятия. Она представляет собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемая как разница между продажной и покупной стоимостью товаров [6].

Актуальность выбранной темы работы заключается также в том, что по анализу состава доходов (в частности основного их вида – валовой прибыли), их формированию можно сделать вывод о том какие факторы повлияли на результаты деятельности – прибыль или убыток: рост или снижение товарооборота, изменение цен, уровня торговой надбавки и т.д. Кроме того, анализ формирования валовой прибыли предприятия дает возможность сравнить эффективность работы предприятия с другими, наметить пути устранения недостатков и дать рекомендации по совершенствованию его работы. На основании осуществленного анализа проводится планирование валовой прибыли предприятия торговли и разработка рекомендаций, направленных на повышение эффективности работы организации.

Целью написания работы является анализ и экономическое обоснование резервов роста валовой прибыли в будущем году.

Для достижения поставленной цели в ходе написания работы будут решены следующие задачи:

- рассмотрены теоретические и методические основы анализа и планирования валовой прибыли торгового предприятия;

- дана краткая организационно-экономическая характеристика деятельности объекта исследования;
- осуществлена оценка основных факторов, оказывающих влияние на формирование валовой прибыли;
- проведен анализ объема и состава валовой прибыли предприятия;
- осуществлен факторный анализ валовую прибыль;
- проведено экономическое обоснование выручки на будущий год;
- осуществлено планирование валовой прибыли торгового предприятия с использованием различных методов;
- выявлены резервы роста валовой прибыли в будущем году.

Теоретической базой написания работы послужили труды таких авторов, как Т.И. Берг, К.А. Раицкий, Ю.Ю. Сулова, Н.Н. Терещенко и др., нормативные и законодательные акты Российской Федерации, официальные инструктивно-методические материалы, данные бухгалтерской отчетности предприятия; а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов: абсолютных, относительных величин; факторного анализа; расчетно-аналитического, экономико-статистических, экономико-математического, технико-экономических расчетов и других методов.

Предмет исследования – валовая прибыль.

Объект исследования – ООО «Лента».

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Работа иллюстрирована 16 рисунками, 46 таблицами и 5 приложениями. Список включает 33 источника литературы. Общий объем работы составил 106 страниц без приложений.

1 Теоретические и методические основы анализа и планирования валовой прибыли торгового предприятия

1.1 Валовая прибыль, как основной вид доходов: понятие, сущность, значение и источники формирования

Доход представляет собой поток денежных и иных поступлений в единицу времени. Выделяют четыре основных пофакторных дохода: заработная плата, прибыль, процент, рента [18].

В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного (прочего) имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [5].

Торговое предприятие за оказываемые им услуги по доведению товара до потребителя, по его реализации взимает плату, которую можно назвать ценой торговых услуг, то есть долю торговли в сумме цен товаров, зависящую от степени развития рынка и его инфраструктуры, государственного регулирования цен. Этой платой становится торговая надбавка к цене закупленных товаров. Сумма всех торговых надбавок по реализации товаров и есть валовая прибыль.

Самостоятельность, самокупаемость, самофинансирование требуют, чтобы размер валовой прибыли торгового предприятия превышал затраты, необходимые для выполнения им своих задач, то есть валовая прибыль является исходной предпосылкой для конкурентоспособного функционирования предприятия. Ее доля в общем объеме доходов торгового предприятия составляет около 80%.

Валовая прибыль является основным видом доходов торгового предприятия. Она представляет собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемая как разница между продажной и покупной

стоимостью товаров [6].

Значение валовой прибыли состоит в том, что она является целью и финансовым результатом хозяйственной деятельности организации торговли, важнейшим показателем эффективности торговой деятельности.

Объем валовой прибыли зависит от степени развития рынка, объема, состава и структуры товарооборота, уровня цен закупки, инфляции, стандартов качества торгового обслуживания, объема дополнительных услуг, уровня издержкостности торгового процесса. Торговые услуги выступают на рынке как товар, обладают стоимостью и потребительской стоимостью, то есть услуги, как и продукция, представляют собой для покупателя определенную ценность (благо). Чтобы получить это благо, покупатель должен оплатить цену этого товара, которая включает, кроме цены закупки, торговую надбавку [33].

Основной источник валовой прибыли в розничной торговле - торговые надбавки, которые устанавливаются предприятием самостоятельно в процентах к свободным отпускным ценам, за исключением торговой надбавки на товары, регулируемой государством [6].

Торговая надбавка – элемент цены продавца, обеспечивающий ему возмещение затрат по продаже товара конечному потребителю и получение прибыли. Торговые надбавки устанавливаются предприятиями розничной торговли в процентах к ценам приобретения товаров.

Торговая надбавка на практике включается непосредственно в цены товара в качестве одного из ее элементов.

Торговую надбавку устанавливают предприятия торговли самостоятельно, исходя из конъюнктуры рынка в данном регионе. До недавнего времени торговая надбавка регулировалась органами местного самоуправления путем установления их предельного уровня. В настоящее время они регулируются органами исполнительной власти субъектов РФ только на лекарственные средства, изделия медицинского назначения и на продукцию детского питания, включая пищевые концентраты. Кроме того, могут регулироваться торговые надбавки на товары с ограниченным сроком завоза в районы Крайнего Севера и приравненной к ним местности.

На их величину влияют затраты в сфере обмена, соотношение между спросом и предложением, ценовая политика посреднических и торговых предприятий, политика Правительства РФ, исполнительных органов субъектов РФ, проводимая в сфере обмена и другие факторы.

Размер торговой надбавки должен покрывать затраты организации (издержки обращения) и обеспечивать получение определенного размера прибыли. Ее размер зависит от следующих факторов:

- характера торговых услуг и специфика деятельности торгового предприятия;
- ценовой стратегии торгового предприятия;
- государственного регулирования цен;
- уровня издержек обращения торгового предприятия;
- спроса и предложения на реализуемые товары и пр.

Нижним пределом формирования торговой надбавки предприятия розничной торговли выступают цены оптового предложения товара на рынке, определяемые ценами его производителей и оптовых посредников.

Верхним пределом формирования торговой надбавки предприятий розничной торговли являются цены спроса конечных покупателей товара [25].

Торговая надбавка предприятия состоит из двух основных элементов (рис.1).

- суммы издержек обращения, связанных с реализацией товара, в том числе суммы налоговых платежей, входящих в цену товара, то есть уплачиваемых непосредственно за счет доходов торгового предприятия (к ним относятся налог на добавленную стоимость, акцизный сбор, таможенные сборы и пошлины);
- суммы прибыли и реализации товаров, то есть суммы прибыли от продажи (до вычета из нее налогов) [6].

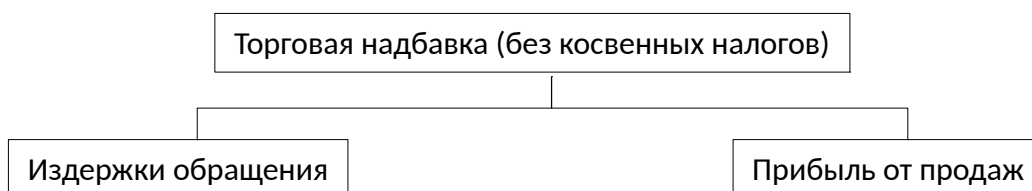


Рисунок 1 - Состав торговой надбавки предприятий торговли [6]

Снижение уровня издержек обращения (то есть их размера в цене каждого товара) может быть обеспечено за счет роста объема продажи товаров, реализации внутренних резервов их экономии и других направлений хозяйственной деятельности.

Снижение суммы и уровня налоговых платежей, входящих в цену товара, может быть обеспечено за счет совершенствования ассортиментной политика предприятия, отказа от импорта ряда товаров, осуществления более эффективно налоговой политики (более полного использования системы налоговых льгот) и других мероприятий.

Снижение уровня первых двух элементов в цене товаров позволяет формировать в рамках диапазона торговой надбавки более высокий размер прибыли (уровень рентабельности), то есть осуществлять более эффективную ценовую политику [21].

К обоснованию размера торговых надбавок предъявляются следующие требования:

- создавать условия для получения оптимального размера валовой прибыли;
- отражать специфику реализации отдельных товаров и их издержкостоемость;
- стимулировать эффективное использование ресурсов предприятия;
- учитывать пути товароснабжения и его звенность [25].

Сумму валовой прибыли можно рассчитать несколькими способами:

1. Расчет размера валовой прибыли исходя из объема товарооборота в отпускных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам:

$$ВП = \frac{\sum_{i=1}^n T_{отп_i} \times У_{тн_i}}{100}, \quad (1)$$

где ВП – сумма реализованных торговых надбавок, тыс. руб.;

У_{тн_i} – уровень торговой надбавки по *i* товарной группе, %;

Топт_і – товарооборот в отпускных ценах по і товарной группе, тыс. руб.

2. Расчет суммы валовой прибыли исходя из объема товарооборота в розничных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам:

$$ВП = \frac{\sum_{i=1}^n Ppc_i \times Утн_i}{100 + Утн_i} \quad (2)$$

где Ppc_і – товарооборот в розничных ценах по і товарной группе, тыс. руб.

3. Расчет валовой прибыли на основе товарооборота в розничных ценах и уровня реализованных торговых надбавок:

$$ВП = \frac{\sum_{i=1}^n Ppc_i \times Уртн_i}{100_i} \quad (3)$$

где Уртн_і – уровень реализованной торговой надбавки по і товарной группе, %.

4. Определение валовой прибыли как разницы между выручкой от реализации товаров (работ, услуг) (P) и себестоимостью продажи товаров (C):

$$ВП = \sum P - \sum C \quad (4)$$

Метод расчета валовой прибыли предприятие выбирает исходя из наличия необходимой для расчета информации и действующего на предприятии порядка учета и анализа товарооборота [25].

Таким образом, торговые надбавки являются основным источников формирования валовой прибыли в торговле, которая, в свою очередь, выступает основным источником доходов предприятия (а на многих торговых предприятиях – единственный источник ее формирования) и является результатом основной деятельности фирмы, то есть реализация товаров и услуг. В этом и заключается значение валовой прибыли [6].

Рассмотрев понятие и источники формирования валовой прибыли в современных условиях, перейдем к изучению методики анализа данного

показателя.

1.2 Методика анализа валовой прибыли предприятия

Торговое предприятие для достижения коммерческого успеха на потребительском рынке должно обладать оперативной, достоверной информацией о тенденциях развития всех видов доходов и факторов, их определяющих, о своих возможностях по получению чистой прибыли. Такая информация может быть получена в результате комплексного анализа валовой прибыли. То есть планированию валовой прибыли предшествует ее анализ.

Анализ валовой прибыли торгового предприятия осуществляется в несколько этапов, которые наглядно представлены на рисунке 2.

Этапы анализа валовой прибыли торгового предприятия

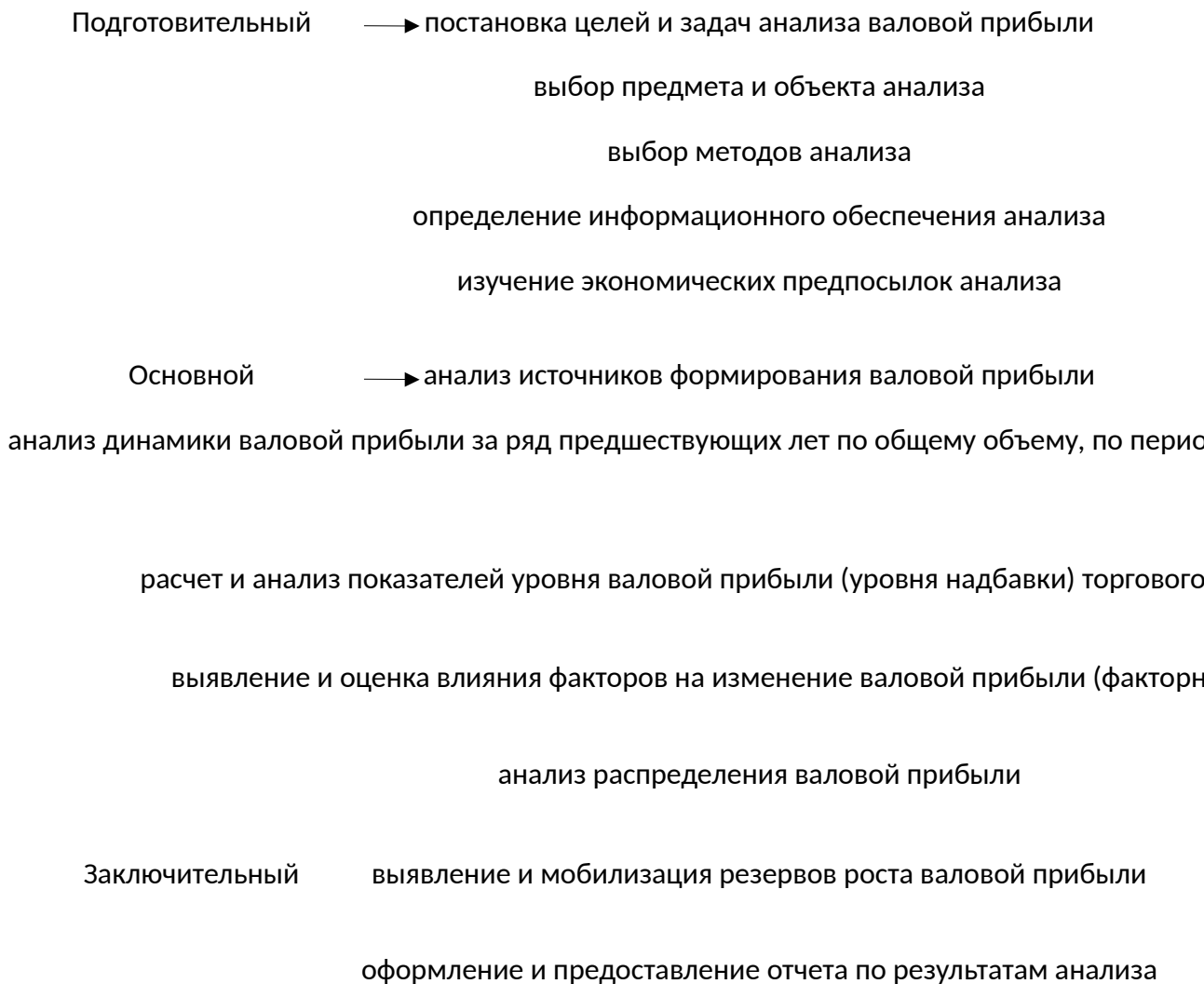


Рисунок 2 – Этапы анализ валовой прибыли торгового предприятия

Рассмотрим более подробно содержание каждого из указанных этапов анализа валовой прибыли.

На подготовительном этапе определяется целью анализа валовой прибыли торгового предприятия. Основной целью анализа данного показателя является выявление резервов роста эффективности работы на основе комплексного анализа формирования и распределения доходов.

Важным направлением на подготовительном этапе анализа валовой прибыли торгового предприятия является изучение основных экономических предпосылок анализа:

- законодательных, нормативных документов по вопросам учета, формирования и налогообложения валовой прибыли предприятия торговли;
- результатов анализа показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет;
- оценка проводимой торговым предприятием стратегии на потребительском рынке;
- возможностей предприятия торговли (материально-технической базы, состояние трудовых, финансовых, материальных и нематериальных ресурсов).

В рамках основного этапа проводится оценка достигнутого объема валовой прибыли; изучение степени выполнения плана и динамики; выявление тенденций изменения валовой прибыли.

При осуществлении анализа валовой прибыли торгового предприятия используется комплекс различных методов анализа, выбор каждого из которых обусловлен задачами и требованиями к проведению анализа:

- метод сравнения;
- метод группировок;
- графический метод;
- метод разниц;
- использование абсолютных и относительных величин;
- метод цепных подстановок;
- корреляционно-регрессионный анализ.

При анализе динамики валовой прибыли рассчитывают ее абсолютное отклонение и темп роста.

Следующий элемент анализа валовой прибыли является расчет уровня валовой прибыли и уровня торговой надбавки.

Средний уровень торговой надбавки в целом по предприятию определяется следующим образом:

(5)

$$\overline{Утн} = \frac{\Pi_1 \times Утн_1 + \Pi_2 \times Утн_2 + \dots + \Pi_n \times Утн_n}{\sum_{i=1}^n \Pi} \times 100$$

где $\overline{Утн}$ – средний уровень торговой надбавки, %;

$\Pi_{1..n}$ – объем поступления по отдельным товарным группам, тыс. руб.;

$ТН_{1,2..n}$ – уровень торговых надбавок по отдельным товарным группам, %;

$\sum_{i=1}^n \Pi$ – объем поступления товаров в целом по предприятию.

$$\sum_{i=1}^n \Pi$$

Средний размер уровня торговых надбавок по торговому предприятию также может рассчитываться по формуле средневзвешенной:

(6)

$$\overline{Утн} = \frac{Д_1 \times Утн_1 + Д_2 \times Утн_2 + \dots + Д_n \times Утн_n}{100} \times 100$$

где $\overline{Утн}$ – средний уровень торговой надбавки, %;

$Д_{1,2..n}$ – удельный вес отдельных товарных групп (товаров) в общем объеме выручки, %;

$Утн_{1,2..n}$ – уровень торговых надбавок по отдельным товарным группам (товарам), %.

Уровень валовой прибыли торгового предприятия рассчитывается по формуле:

(7)

$$Увп = \frac{\sum_{i=1}^n ВП}{\sum ВР} \times 100$$

где $Увп$ – уровень валовой прибыли по предприятию, %;

$\sum_{i=1}^n ВП$ – сумма валовой прибыли по торговому предприятию, тыс. руб.;

$$\sum_{i=1}^n ВП$$

ΣBP – выручка, тыс. руб.

Важным элементов при анализе валовой прибыли предприятия является факторный анализ.

На валовую прибыль оказывают влияние следующие факторы:

- изменение выручки (в том числе можно рассчитать влияние изменения цен и физического объема реализации);
- изменение уровня реализованных торговых надбавок (уровня валовой прибыли), в том числе изменения в структуре выручки.

Факторный анализ валовой прибыль осуществляется с использованием формул, представленных в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Расчет влияния факторов на основной вид доходов торгового предприятия – валовую прибыль

Факторы	Методика расчета
Изменение выручки	$\Delta BP(\Delta P) = \frac{(BP_1 - BP_0) \times Y\epsilon n_0}{100}$
- за счет роста цен	$\Delta BP(\Delta P_c) = \frac{(BP_1 - BP_{c.ш.1}) \times Y\epsilon n_0}{100}$
- за счет физического объема реализации	$\Delta BP(\Delta P_v) = \frac{(BP_{c.ш.1} - BP_0) \times Y\epsilon n_0}{100}$
Изменение уровня реализованных торговых надбавок	$\Delta BP(\Delta Y\epsilon n) = \frac{(Y\epsilon n_1 - Y\epsilon n_0) \times BP_1}{100}$
- за счет изменения в структуре выручки	$\Delta BP(\Delta Д\epsilon p) = \frac{\Delta Y\epsilon n(\Delta Д\epsilon p) \times BP_1}{100}$
- за счет изменения уровня торговой надбавки по отдельным товарным группам	$\Delta BP(\Delta Утн) = \Delta BP(\Delta Y\epsilon n) - \Delta BP(\Delta Д\epsilon p)$
Итого влияние	$\Delta BP(\Delta BP) + \Delta BP(\Delta Y\epsilon n)$

где $\Delta BP(\Delta BP)$ – изменение валовой прибыли за счет изменения выручки, тыс. руб.;

$\Delta BP(\Delta BP_c)$, $\Delta BP(\Delta BP_v)$ – изменение валовой прибыли за счет изменения выручки под влияние роста цен и изменения физического объема реализации, тыс. руб.

$\Delta ВП(\Delta Увп)$ – изменение валовой прибыли за счет изменения уровня валовой прибыли, тыс. руб.;

$\Delta ВП(\Delta Двр)$ – изменение валовой прибыли за счет изменений в структуре выручки, тыс. руб.;

$\Delta ВП(\Delta Утн)$ – изменение валовой прибыли за счет изменения уровня торговой надбавки по отдельным товарным группам, тыс. руб.

$ВР_0, ВР_1$ – выручка в базисном и отчетном периодах в действующих ценах, тыс. руб.;

$ВР_{с.ц.1}$ – выручка в отчетном периоде в сопоставимых ценах, тыс. руб.;

$Увп_0, Увп_1$ – уровень валовой прибыли в базисном и отчетном периодах, %;

$\Delta Увп(\Delta Двр)$ – влияние изменения структуры выручки на уровень валовой прибыли, %.

В величине влияния уровня реализованных торговых надбавок можно выделить влияние изменений в структуре выручки от реализации. Данное влияние на уровень валовой прибыли осуществляется через расчет процентных чисел по формуле:

$$Увп(\Delta Двр) = \frac{\%_1 - \%_0}{100} \quad (8)$$

где $\%_0$ – процентные числа базисного года, %

$\%_1$ – процентные числа отчетного года, %.

Следующим элементом основного этапа анализа валовой прибыли, является расчет и оценка показателей доходности деятельности торгового предприятия.

Доходность хозяйствующего субъекта характеризуется:

- абсолютными показателями;
- относительными показателями.

Абсолютный показатель доходности предприятия – это сумма валовой

прибыли.

Относительный показатель доходности предприятия - это отношение дохода к затратам, оценивается, либо в процентах, либо в виде коэффициента. Так как в работе изучается основной вид доходов предприятия, а именно валовая прибыль, то и доходность рассчитывается только по этому показателю. Основные показатели доходности предприятия торговли (по валовой прибыли) представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Методика расчета показателей доходности предприятия торговли (по валовой прибыли)

Наименование показателя	Методика расчета	Условные обозначения
Доходность продаж (уровень валовой прибыли в выручке), %	$Дпр = \frac{ВП}{Р} \times 100$	Дпр - доходность продаж, % ВП - валовая прибыль, тыс. руб. Р - выручка предприятия, тыс. руб.
Доходность торговой площади, тыс. руб. / м ²	$Дтп = \frac{ВП}{S_{торг}}$	Дтп - доходность торговой площади, тыс. руб. / м ² Sторг - торговая площадь, м ²
Доходность на одного работника торгово-оперативного персонала, тыс. руб. / чел.	$Дтоп = \frac{ВП}{Чтоп}$	Дтоп - доходность одного работника торгово-оперативного персонала, тыс. руб. / чел. Чтоп - среднесписочная численность торгово-оперативного персонала, чел.
Валовая прибыль, приходящаяся на один рубль фонда заработной платы, руб.	$ВПфзп = \frac{ВП}{ФЗП}$	ВПфзп - валовая прибыль, приходящаяся на один рубль фонда заработной платы, руб. ФЗП - фонд заработной платы, тыс. руб.
Доходность текущих затрат, руб.	$Дтз = \frac{ВП}{ИО}$	Дтз - доходность текущих затрат, руб. ИО - издержки обращения, тыс. руб.
Доходность основных фондов, руб.	$Доф = \frac{ВП}{ОФ}$	Доф - доходность основных фондов, руб. ОФ - средняя стоимость основных фондов, тыс. руб.
Доходность оборотных средств, руб.	$Дос = \frac{ВП}{ОС}$	Доходность оборотных средств, руб. ОС - среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.

Следующий элемент анализа валовой прибыли торгового предприятия – это оценка ее распределения. Полученная предприятием валовая прибыль распределяются по следующим направлениям:

- покрытие издержек обращения;
- формирование прибыли от продаж.

На рисунке 3 показана схема распределения валовой прибыли

предприятия торговли.

аж

Рисунок 3 - Система распределения валовой прибыли торгового предприятия

Заключительный этап анализа валовой прибыли представляют собой выявление и мобилизацию резервов роста данного показателя.

Рассмотрев методику анализа валовой прибыли, перейдем к изучению методики и методов планирования данного показателя на предприятиях торговли.

1.3 Планирование валовой прибыли торгового предприятия: сущность, этапы, методы и их характеристика

Торговое предприятие для достижения коммерческого успеха на потребительском рынке должно обладать оперативной, достоверной информацией о тенденциях развития всех видов доходов и факторов, их определяющих, о своих возможностях по получению чистой прибыли. Такая информация может быть получена в результате комплексного анализа валовой прибыли. То есть планированию валовой прибыли предшествует ее анализ.

На основе всестороннего анализа валовой прибыли осуществляется планирование данного показателя.

Целью планирования доходов торгового предприятия, а в частности валовой прибыли, является определение их объема в соответствии с выбранной стратегией и тактикой деятельности предприятия на потребительском рынке и имеющимися у предприятия возможностями и ресурсами [25].

Планирование валовой прибыли торгового предприятия целесообразно осуществлять по этапам, представленным в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Основные этапы планирования валовой прибыли торгового предприятия [25]

Наименование этапа	Характеристика этапа
Подготовительный	<p>1. Определение предмета и объекта планирования</p> <p>2. Определение целей и задач планирования валовой прибыли</p> <p>Основная цель: определение сумм и уровня валовой прибыли в соответствии с целями и задачами деятельности торгового предприятия на потребительском рынке при определенных плановых ограничениях</p> <p>Основными задачами планирования валовой прибыли являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение экономических предпосылок планирования; - планирование валовой прибыли торгового предприятия в соответствии с действующим законодательством; - выявление и обоснование резервов роста плановой валовой прибыли.

Окончание таблицы 1.3

Наименование этапа	Характеристика этапа
	<p>3. Изучение экономических предпосылок планирования валовой прибыли:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение изменений в будущем периоде в законодательных, нормативных документах по вопросам учета, формирования и налогообложения валовой прибыли торгового предприятия; - результаты анализа основных показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет, оказывающих прямое или косвенное влияние на валовую прибыль; - анализ формирования, распределения и налогообложения валовой прибыли торгового предприятия за ряд предшествующих лет; - оценка уровня торговых (снабженческо-сбытовых) надбавок в торговом предприятии; - оценка предстоящих изменений во внешней и внутренней среде деятельности предприятия в планируемом периоде; - прогноз основных показателей работы торгового предприятия, оказывающих влияние на валовую прибыль. <p>4. Формирование информационной базы планирования валовой прибыли</p> <p>5. Выбор методов планирования валовой прибыли торгового предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"> - количественные методы (метод технико-экономических расчетов, экономико-статистические методы, опытно-статистический метод, экономико-математический метод, метод получения целевой прибыли, метод прямого счета) - качественные методы (метод экспертных оценок, структурное планирование)
Основной	<p>1. Планирование источников формирования валовой прибыли (выручки, торговых надбавок)</p> <p>2. Планирование валовой прибыли по общему объему, периодам года и структуре</p> <p>3. Выбор проекта плана валовой прибыли из альтернативных вариантов расчетов</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение критериев выбора проекта плана; - выбор оптимального проекта плана валовой прибыли, исходя из альтернативных вариантов исходя из выбранных критериев; - корректировка проекта плана валовой прибыли с учетом ошибки прогноза
Заключительный	<p>1. Предоставления результатов планирования</p> <p>2. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины валовой прибыли торгового предприятия.</p>

Рассмотрим более подробно этапы планирования валовой прибыли предприятия.

1. Подготовительный этап.

Основная цель планирования валовой прибыли предприятия - определение максимально возможного ее объема путем наращивания объема оборота розничной торговли, оптимизации ассортимента, удовлетворяющего спрос потребителей, и рационального использования имеющихся ресурсов.

Основными задачами планирования валовой прибыли являются:

- изучение экономических предпосылок планирования;
- планирование валовой прибыли торгового предприятия в соответствии с действующим законодательством;
- выявление и обоснование резервов роста планового размера валовой прибыли.

Информационной базой для планирования валовой прибыли предприятия торговли являются итоги, полученные в ходе осуществления анализа данного показателя [25].

2. Основной этап планирования валовой прибыли.

При планировании валовой прибыли торгового предприятия возможно использование методов, представленных на рисунке 4.

Методы планирования валовой прибыли торгового предприятия

Количественные методы	Качественные методы
Метод технико-экономических расчетов	Метод экспертных оценок
Расчетно-аналитический метод	Структурное планирование
Экономико-статические методы	
Опытно-статистический метод	
Экономико-математические методы	
Метод получения целевой нормы прибыли	
Метод прямого счета	

Рисунок 4 - Методы планирования валовой прибыли [25]

Рассмотрим данные методы более подробно.

а) Метод технико-экономический расчетов, используемый в двух вариантах.

При первом варианте сумма валовой прибыли на планируемый период рассчитывается исходя из планируемой структуры оборота розничной торговли и определенных предприятием уровней торговых надбавок по каждой товарной группе по следующим формулам:

$$\sum ВП_{пл} = \frac{\sum_{i=1}^n ОРТ_{пл_i} \times Утн(пл)_i}{100}, \quad (9)$$

$$\sum ВП_{пл} = \frac{\sum_{i=1}^n ОРТ_{рц(пл)_i} \times Утн(пл)_i}{100 + Утн(пл)_i}, \quad (10)$$

где $\sum ВП_{пл}$ – планируемая сумма валовой прибыли (сумма реализованных торговых надбавок), тыс. руб.;

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

$Утн(пл)_i$ – планируемый уровень торговых надбавок по i -ой товарной группе, %;

$ОРТ_{рц(пл)_i}$ – сумма планируемого оборота розничной торговли по i -ой товарной группе в розничных (продажных) ценах, тыс. руб.

При втором варианте сумма валовой прибыли (доходности) рассчитывается по каждому источнику поступления товаров, согласно заключенным договорам поставки в планируемом году. Общая сумма валовой прибыли по предприятию определяется путем суммирования торговых надбавок по каждому договору поставки [25].

б) Расчетно-аналитический метод.

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

$$Y_{ВП(пл)} = Y_{вп_n} + \frac{Y_{ВП_n} - Y_{вп_0}}{n - 1}, \quad (11)$$

где $Y_{вп_0}$, n – уровень валовой прибыли в базисном и отчетном периодах, %;

$Y_{ВП(пл)}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %.

Далее определяется сумма валовой прибыли в зависимости от спланированного на будущий период оборота розничной торговли:

$$\sum ВП(пл) = \frac{\sum ОРТрц(пл) \times Y_{вп(пл)}}{100}, \quad (12)$$

где $\sum ВП(пл)$ - сумма планируемой валовой прибыли, тыс. руб.

$ОРТрц(пл)$ – сумма планируемого оборота розничной торговли в розничных (продажных) ценах, тыс. руб.

$Y_{вп(пл)}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %

Данный метод используется для планирования доходов от обычных видов деятельности торгового предприятия, если на предприятии не прогнозируется изменения в структуре оборота розничной торговли и звенности товародвижения [25].

в) Экономико-статистические методы:

в1) На основе выравнивания динамического ряда уровня реализованных торговых надбавок по скользящей средней.

Строится динамический ряд уровней реализованных торговых надбавок за ряд лет и производится их выравнивание по скользящей средней. При этом применяются следующие формулы для расчета:

$$\overline{K}_1 = \frac{Y_{вп_0} + Y_{вп_1} + Y_{вп_2}}{3}, \quad (13)$$

$$\overline{K}_m = \frac{Y_{вп_{n-2}} + Y_{вп_{n-1}} + Y_{вп_n}}{3}, \quad (14)$$

После выравнивания динамического ряда по скользящей средней находят среднее изменение уровня реализованных торговых надбавок за анализируемый

период ($\Delta \bar{K}$):

$$\Delta \bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n - 1}, \quad (15)$$

Затем рассчитывается планируемый уровень реализованных торговых надбавок ($K(\text{пл})$) по формуле:

$$K(\text{пл}) = K_{n-1} \pm 2\Delta \bar{K}, \quad (16)$$

Тогда планируемая сумма валовой прибыли на будущий год будет определена по следующей формуле:

$$\sum \text{ВП}(nl) = \frac{\sum \text{ОРТрц}(nl) \times K(nl)}{100}, \quad (17)$$

в2) По среднеарифметической.

Уровень валовой прибыли предприятия рассчитывается следующим образом:

$$Увп(nl) = \frac{\sum \text{ВП}}{\sum \text{ОРТ}} \times 100, \quad (18)$$

Далее определяется валовая прибыль на основании рассчитанного уровня данного показателя по формуле:

$$\sum \text{ВП}(nl) = \frac{\sum \text{ОРТрц}(nl) \times Увп(nl)}{100}, \quad (19)$$

г) Экономико-математические методы.

Данные методы представляют собой математическую модель, предназначенную для исследования экономической проблемы (в нашем случае выявления динамики развития валовой прибыли и планирования данного показателя на будущий период).

Можно выделить следующие основные этапы построения математической модели:

- определение цели, то есть чего хотят добиться, решая поставленную задачу;
- определение параметров модели, то есть заранее известных фиксированных факторов, на значения которых исследователь не влияет;
- формирование управляющих переменных, изменяя значение которых можно приближаться к поставленной цели.

Значения управляющих переменных являются решениями задачи.

- определение области допустимых решений, то есть тех ограничений, которым должны удовлетворять управляющие переменные;
- выявление неизвестных факторов, то есть величин, которые могут изменяться случайным или неопределенным образом;
- выражение цели через управляющие переменные, параметры и неизвестные факторы, то есть формирование целевой функции, называемой также критерием эффективности или критерием оптимальности задачи.

Чаще всего в этих целях применяется уравнение множественной регрессии вида:

$$y = a_0 + a_1x_1 + \dots + a_nx_n, \quad (20)$$

где y - темп изменения или уровень валовой прибыли, %;

a_0, a_1, \dots, a_n - коэффициенты множественной регрессии, ДЦЧ;

x_1, \dots, x_n - факторы, определяющие изменение (или прогнозную величину) валовой прибыли (объем и структура оборота розничной торговли, доля отдельных товарных групп, уровень издержек обращения, уровень рентабельности прибыли от продаж, индекс цен, временной фактор и т.д.).

Оптимизационное моделирование валовой прибыли основано на применении экономико-математических методов.

Прогнозный уровень валовой прибыли по критерию оптимальности определяется как лучший вариант из нескольких возможных при различных размерах оборота розничной торговли, прибыли, уровнях издержек обращения (валовых, условно-постоянных, условно-переменных) [25].

д). С учётом целевой нормы прибыли.

Данное планирование осуществляется на основе зависимости:

$$\text{ВПпл.}j = \text{Иопл.}j + \text{Ппл.}j, \quad (21)$$

где ВПпл. j -планируемая величина валовой прибыли, тыс. руб.;

Иопл. j - планируемая величина издержек обращения, тыс. руб.;

Ппл. j - планируемая величина прибыли, тыс. руб.;

j - планируемый период.

Данный метод основан на том, что сумма реализованных торговых надбавок (валовая прибыль) должна не только покрывать текущие затраты предприятия (издержки обращения), но и обеспечивать определенный размер прибыли от продаж.

Плановая величина суммы реализованных торговых надбавок при этом рассчитывается исходя из запланированного уровня целевой прибыли от продаж в соответствии с выбранной стратегией деятельности предприятия на рынке методом обратного счета [25].

е) Метод экспертных оценок.

Из качественных методов планирования при расчете доходов торгового предприятия используется метод групповых экспертных оценок, в частности метод «Дельфи», метод «мозговой атаки».

Одним из наиболее широко распространенных методов группового экспертного прогнозирования является метод «Дельфи», представляющий собой ряд последовательно осуществляемых многотуровых опросов, направленных на подготовку и обоснование прогноза. Этот метод был впервые применен в 1964 году сотрудниками одной из корпораций США Т. Гордоном и О. Хелмером для обобщения и статистической обработки мнений специалистов относительно перспектив развития в ряде отраслей науки.

Суть метода заключается в том, что для разработки плана привлекают группу экспертов в 10-15 человек, состоящих из представителей торговли, как оптовой, так и розничной, экономистов, маркетологов, товаропроизводителей и проводится индивидуальный опрос экспертов, обычно в виде анкет-опросников. Обычно бывает достаточно 3-4 раундов, чтобы выработать общее мнение, которое можно считать достоверным:

1 тур – эксперты дают ответы на поставленные вопросы, обычно 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 с аргументацией ответов на условиях анонимности сообщаются снова экспертам.

3 тур – повторный опрос экспертов с учетом ими в своих ответах новых обстоятельств и т.д. пока мнения экспертов не сблизятся.

При прогнозировании в целях минимизации расходов на прогноз привлекается минимальное число экспертов при соблюдении ошибки прогнозирования не более n , где $0 < n < 1$.

Минимальное число экспертов определяется по формуле:

$$N_{\min} = 0,5 \times (3/\delta + 5), \quad (22)$$

где δ – ошибка.

При использовании метода «Дельфи» возможны такие способы опроса экспертов, как:

- анкетирование (анкета раздается экспертам и возвращается заполненной, на ее основании составляется новая анкета - и так раунд за раундом);
- анкетирование экспертов, собранных в одном месте;
- с помощью ПК, что позволяет обеспечить свободный график общения экспертов с ЭВМ, гибкость, эффективность и анонимность ответов.

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

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

Данный метод был разработан в конце 30-х годов американским ученым

А. Осборном. Эксперты подразделяются на две группы, одна из которых генерирует идеи, а другая их анализирует, критикует и разрушает. Основу заседания составляет выдвижение как можно большего количества идей, т.к. вероятность появления действительно ценной идеи повышается с увеличением их общего числа. Выдвижение идей протекает лавинообразно, так как высказываемые идеи порождают либо творческую, либо критическую реакцию. Групповое мышление производит на 70% больше ценных новых идей, чем сумма индивидуальных мышлений.

Оптимальная численность участников группы составляет 10-15 человек.

Продолжительность «мозгового штурма» при генерации идей рекомендуется не менее 20 минут и не более 1 часа (в зависимости от активности участников группы) [25].

Метод мозговой атаки основан на предположении, что среди большого числа идей имеется несколько хороших. Поэтому, объединяя экспертов в соответствующие группы, добиваются повышения продуктивности мышления ее участников, строящих коллективную работу по следующим правилам (рис.5).

1. Формулировка основной проблемы и выделение единственного центрального пункта
2. Не отрицать и не прекращать исследования ни одной из названных идей
3. Поддержка любой идеи, даже если она неуместна и сомнительна
4. Оказание поддержки и поощрение условий, освобождающих участников от сков...

Рисунок 5 - Правила проведения «мозговой атаки» [25]

Метод «мозговой атаки» осуществляется в несколько этапов (рис.6).

- | | |
|----------|--|
| I этап | Формирование группы участников «мозговой атаки» |
| II этап | Поставление проблемной записки: описание метода; описание проблемной ситуации |
| III этап | Генерация идей |
| IV этап | Систематизация идей, высказанных в ходе III этапа |
| V этап | Деструктурирование (разрушение) систематизированных идей |
| VI этап | Оценка критических замечаний и составление списка практически реализуемых идей |

Рисунок 6 - Этапы проведения «мозговой атаки» [25]

Одной из разновидностей метода «мозговой атаки» является метод «635». Цифры в названии метода означают, что группа состоит из 6 участников, каждый из которых должен записать 3 идеи в течение 5 минут. Лист записи ходит по кругу, в результате чего каждый участник за 30 минут записывает по 18 идей, что в общей сложности составляет 108 идей. Метод позволяет из множества идей отобрать более прогрессивные для решения проблемы [25].

ж) Структурное планирование.

Позволяет решить проблему или сохранить функции при изменении структуры и значений параметров объекта за время планирования. При данном методе строится дерево целей, позволяющих решить плановые задачи:

- план развития объекта в целом;
- формирование сценария достижения планируемой цели;
- формулировка уровня цели;
- формулировка критерия и весов (рис.7).

Максимизация доходов торгового предприятия

Рост объема товарооборота

Увеличение уровня торговых надбавок

Изменение структуры товарооборота

Рисунок 7 - Дерево целей максимизации валовой прибыли торгового предприятия при структурном планировании [25]

Расчеты валовой прибыли предприятия указанными методами позволяют выбрать их оптимальную величину на планируемый период, которая удовлетворяет потребностям предприятия и способствует его развитию. То есть в заключение на втором этапе планирования осуществляется выбор оптимального показателя из произведенных расчетов плана валовой прибыли на будущий год. Выбор осуществляется исходя из установленных предприятием критериев. В качестве критериев могут выступать следующие:

- максимизация валовой прибыли предприятия;
- недопущение убыточности основной деятельности;

- получение среднего уровня доходности от основной деятельности [25].

3. Заключительный этап планирования валовой прибыли представляет собой выявление и мобилизацию резервов роста данного показателя.

Увеличение валовой прибыли - это количественно измеримые возможности его увеличения за счет роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на реализацию, недопущения убытков, совершенствование структуры реализуемой продукции [25].

Резервы выявляются на стадии планирования и в процессе выполнения планов. Определение резервов роста валовой прибыли базируется на научно обоснованной методике их расчета, мобилизации и реализации.

Выделяют три этапа этой работы:

- аналитический (выделяют и количественно оценивают резервы);
- организационный (разрабатывают комплекс организационных, экономических и социальных мероприятий, обеспечивающих использование выявленных резервов);
- функциональный (практически реализуют мероприятия и ведут контроль за их выполнением).

К основным резервам роста валовой прибыли предприятия следует отнести:

- рост оборота розничной торговли, равномерное и ритмичное обеспечение продажи товаров в плановом периоде;
- эффективное использование материально-технической базы торгового предприятия;
- внедрение прогрессивных форм обслуживания;
- повышение производительности труда;
- своевременный ввод в действие новых, дополнительных рабочих мест;
- обеспечение соответствия уровня торгового обслуживания требованиям покупателей, что позволит увеличить цены на реализуемые товары, а соответственно и доходы предприятия;

- соблюдение сроков ремонта, инвентаризации;
- сокращение звенности товародвижения, простоя транспорта, большую механизацию погрузочно-разгрузочных работ;
- усиление контроля за расходами в разрезе отдельных статей с целью выявления затрат, не работающих на отдачу;
- оптимизация договоров (контрактов) на поставку продукции;
- широкое использование скидок (за объем закупаемых товаров, сезонных, бонусных и др.), что позволит снизить себестоимость товаров и увеличить размер торговых надбавок и т.д. [32].

Рассмотрев теоретические и методические основы анализа и планирования основного показателя доходов торгового предприятия, а именно валовой прибыли, перейдем к изучению данного показателя на материалах объекта исследования – ООО «Лента».

3.3 Резервы роста валовой прибыли ООО «Лента» и их экономическое обоснование

В качестве резервов роста валовой прибыли руководству ООО «Лента» предлагаются следующие мероприятия:

- расширение ассортимента за счет детских товаров, а именно мягких игрушек фирмы Auigoa и конструкторов Lego;
- установка в гипермаркетах Сибирского Федерального округа касс самообслуживания.

Рассмотрим данные мероприятия и возможность их осуществления более подробно.

1. Одним из способов улучшения деятельности предприятия и повышения валовой прибыли является разработка мероприятий в области ассортиментной политики. Необходимо отметить, что, несмотря на очень широкий ассортимент товаров в ООО «Лента», в реализации практически отсутствуют детские игрушки. ООО «Лента» рекомендуется расширение реализуемого ассортимента товаров за счет мягких игрушек фирмы Auigoa и конструкторов Lego.

Корейская компания Auigoa выпускает самые разнообразные игрушки, акцентируя внимание на мягких игрушках. Развивающаяся, успешная компания Auigoa, выпускающая сегодня широкий и разнообразный ассортимент, появилась в 1981 году. За тридцатилетнюю историю бренда небольшая компания превратилась в огромную корпорацию, одного из пяти мировых лидеров производства, имеющего филиалы с фабриками в Индонезии и Китае. Мягкие игрушки Auigoa шьются из безопасных гипоаллергенных материалов, а наполнитель содержит уникальные гранулы, улучшающие тактильные ощущения малышей.

Бренд LEGO известен во всем мире. Группа LEGO была основана в 1932 году Оле Кирком Кристиансенем. Компания переходила от отца к сыну. Сейчас она принадлежит внуку основателя. За прошедшие 80 лет компания проделала

долгий путь – от маленькой мастерской плотника до современного мирового гиганта, одного из лидеров по объему продаж среди производителей конструкторов в мире. Этот бренд уже давно завоевал любовь и доверие не только детей, но и их родителей. Ведь попасть в увлекательный мир игры и детства мечтают даже взрослые. Все наборы выполнены из безопасных материалов и не угрожают здоровью ребенка. Они способствуют развитию памяти и логического мышления малышей. Изделия бренда LEGO уже два раза были названы «Игрушкой столетия».

Осуществим расчет планируемого объема оборота розничной торговли от реализации новой группы товаров, а именно мягких игрушек Аугога и конструкторов Lego в ООО «Лента». Соответствующий расчет представлен в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Планируемый объем оборота розничной торговли в ООО «Лента» от реализации мягких игрушек Аугога и конструкторов Lego

Наименование	Цена поставщика, руб.	Объем продаж в год, тыс. шт.	Себестоимость тыс. руб.	Уровень торговой надбавки, %	Валовая прибыль, тыс. руб.	Оборот розничной торговли за год, тыс. руб.
Игрушка мягкая 12 см	220	170	37,4	25,00	9,4	46,8
Игрушка мягкая 20см	250	160	40,0	24,00	9,6	49,6
Игрушка мягкая 30 см	560	150	84,0	25,00	21,0	105,0
Игрушка мягкая 40 см	720	140	100,8	25,00	25,2	126,0
Игрушка мягкая 50 см	1 280	130	166,4	25,00	41,6	208,0
Игрушка мягкая 60 см	1 720	120	206,4	22,09	45,6	252,0
Игрушка мягкая 70 см	2 560	110	281,6	25,00	70,4	352,0
Игрушка мягкая 80 см	3 190	100	319,0	25,39	81,0	400,0
Итого игрушка мягкая			1 235,6		303,8	1 539,4
Lego Star Wars	3 000	80	240,0	26,67	64,0	304,0
Lego City	2 000	100	200,0	25,00	50,0	250,0
Lego Friends	1 800	100	180,0	22,22	40,0	220,0
Lego Duplo	1 100	100	110,0	27,27	30,0	140,0
Lego Ninjago	2 500	80	200,0	24,00	48,0	248,0
Lego Chima	2 400	80	192,0	25,00	48,0	240,0
Lego Angry Birds	3 200	60	192,0	25,00	48,0	240,0
Итого Lego			1 314,0		328,0	1 642,0
Всего			2 549,6	24,78	631,8	3 181,4

Таким образом, планируемый объем оборота розничной торговли в ООО «Лента» от реализации новой группы товаров, а именно мягких игрушек Аугога

и конструкторов Lego может составить 3 181,4 тыс. рублей. Валовая прибыль при этом составит 631,8 тыс. рублей.

В результате роста оборота розничной торговли увеличатся издержки обращения за счет условно-переменной их части, уровень которой в 2015 году составляет 8,22%. Группировка издержек обращения представлена в приложении Д. Соответственно дополнительные условно-переменные издержки обращения – 261,5 тыс. руб.:

$$\frac{3181,4 \times 8,22}{100} = 261,5 (\text{тыс. руб.})$$

Дополнительных расходов в виде заработной платы в ООО «Лента» возникать не будет. Это связано с тем, что на предприятии в основном применяется в основном самообслуживание. И заработная плата торгово-оперативного персонала не зависит от объема оборота розничной торговли.

Прибыль от продаж, полученная от осуществления предлагаемого мероприятия, составит 370,3 тыс. руб.

$$631,8 - 261,5 = 370,3 (\text{тыс. руб.})$$

2. Также с целью повышения валовой прибыли предприятия предлагается установка касс самообслуживания. Данные кассы позволяют покупателям самостоятельно сканировать, упаковывать и оплачивать товары, получая в случае необходимости помощь находящегося рядом обслуживающего персонала магазина. Планируется, что увеличение пропускной способности касс, а также любопытство потенциальных покупателей, позволит получить дополнительную выручку в размере от 1 до 2% от текущего объема продаж. Расчет оборота розничной торговли и валовой прибыли представлен в таблице 3.16.

Таблица 3.16 – Планируемый объем оборота розничной торговли и валовой прибыли в ООО «Лента» от установки касс самообслуживания

Город	Количество магазинов, ед.	Оборот розничной торговли 2015 года,	Прирост оборота розничной торговли	Валовая прибыль 2015 года	Прирост валовой прибыли, тыс. руб.

		тыс. руб.	процент прироста, %	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.	уровень, %	
Санкт-Петербург (гипермаркет)	1	85 123,6	1,0	851,2	15 369,3	18,06	153,7

Окончание таблицы 3.16

Город	Количество магазинов, ед.	Оборот розничной торговли 2015 года, тыс. руб.	Прирост оборота розничной торговли		Валовая прибыль 2015 года		Прирост валовой прибыли, тыс. руб.
			процент прироста, %	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.	уровень, %	
Санкт-Петербург (супермаркет 1)	1	43 012,3	1,5	645,2	8 093,5	18,82	121,4
Санкт-Петербург (супермаркет 2)	1	49 047,8	2,0	981	9 536,2	19,44	190,7
Санкт-Петербург (супермаркет 3)	1	43 154,1	2,0	863,1	8 336,8	19,32	166,7
Итого	4	220 337,8		3 340,5	41 335,8	18,76	632,5

Дополнительный оборот розничной торговли от установки касс самообслуживания в ООО «Лента» составит 3 340,5 тыс. руб., а валовая прибыль – 632,5 тыс. руб.

Осуществление данного мероприятия приведет к следующим дополнительным затратам.

Стоимость одного кассового терминала самообслуживания NCR SelfServ Checkout – 120 тыс. руб. В каждом магазине планируется установка четырех касс. Общее количество 16 единиц. Они будут относиться к основным фондам предприятия, что приведет к появлению такого вида расходов, как амортизационные отчисления, которые составят в сумме 384 тыс. руб. в год:

$$\frac{120 \text{ тыс. руб.} \times 4 \text{ ед.} \times 4 \text{ магазина}}{5 \text{ лет}} = 384 \text{ (тыс. руб.)}$$

Одновременно обслуживать четыре терминала самообслуживания может один продавец-консультант в смену с заработной платой 27 тыс. руб. в месяц. Так как кассы самообслуживания будут установлены на место двух обычных

касс, то это позволит оптимизировать расходы на оплату за счет сокращения кассиров в количестве двух человек в смену в каждом гипермаркете с заработной платой 16 тыс. руб. в месяц. График работы двухсменный. Тогда экономия на расходах на оплату труда с отчисления во внебюджетные фонды может составить 625,0 тыс. руб.:

$$(27 \text{ тыс. руб.} - 16 \text{ тыс. руб.} \times 2 \text{ чел.}) \times 130,2\% \times 2 \text{ смены} \times 12 \text{ мес.} \times 4 \text{ магазина} = - 625,0 \text{ (тыс. руб.)}$$

Увольняемым работникам будет выплачено выходное пособие в размере одной заработной платы, что с отчислениями во внебюджетные фонды составит 333,3 тыс. руб.:

$$(16 \text{ тыс. руб.} \times 2 \text{ чел.} \times 2 \text{ смены} \times 4 \text{ магазина}) \times 130,2\% = 333,3 \text{ (тыс. руб.)}$$

Помимо этого возникнут дополнительные условно-переменные издержки обращения, уровень которых в 2015 году составлял 8,22% (Приложение Д). Тогда дополнительные переменные издержки обращения в денежном выражении составят 274,6 тыс. руб.:

$$\frac{3340,5 \times 8,22}{100} = 274,6 \text{ (тыс. руб.)}$$

Соответственно общая сумма дополнительных расходов в виде издержек обращения составит 366,9 тыс. руб.:

$$384 - 625,0 + 333,3 + 274,6 = 366,9 \text{ (тыс. руб.)}$$

Эффект от реализации мероприятия, связанного с установкой касс самообслуживания, в виде прибыли от продажи в изучаемом предприятии составит 265,6 тыс. руб.:

$$632,5 - 366,9 = 265,6 \text{ (тыс. руб.)}$$

Наличие прибыли свидетельствует о том, что данное мероприятие является рациональным и экономическим оправданным.

Далее в таблице 3.17 рассчитаем возможный объем прибыли от продаж ООО «Лента» в 2016 году при осуществлении рекомендации.

При этом уровень издержек обращения рассматриваемого предприятия ООО «Лента» будет рассчитано, как среднеарифметическое значение за

последние два года и он составит 17,18%:

$$U_{uo} = \frac{16,52 + 17,85}{2} = \frac{34,37}{2} = 17,18(\%)$$

При осуществлении предлагаемых мероприятий оборот розничной торговли в будущем году вырастет на 42 395,1 тыс. руб. в денежной форме или на 19,24% в относительном выражении и достигнет 262 732,9 тыс. рублей.

Таблица 3.17 – Планирование основных экономических показателей ООО «Лента» в 2016 году (с учетом рекомендаций)

Показатели	Ед. изм.	2015 год	2016 год (план)	Мероприятия		2016 год (план) (с учетом рекомендаци й)	Отклонение (+;-)	Темп изменения, %
				расширение ассортимент а (мягкие игрушки Aurora и конструктор ы Lego)	установка касс самообслуж ивания			
Оборот розничной торговли	тыс. руб.	220 337,8	256 211,0	3 181,4	3 340,5	262 732,9	42 395,1	119,24
Себестоимость продаж	тыс. руб.	179 002,0	207 607,8	2 549,6	2 708,0	212 865,4	33 863,4	118,92
Валовая прибыль								
- сумма	тыс. руб.	41 335,8	48 603,2	631,8	632,5	49 867,5	8 531,7	120,64
-уровень	%	18,76	18,97	19,86	18,93	18,98	0,22	X
Издержки обращения								
- сумма	тыс. руб.	39 334,1	44 017,0	261,5	366,9	44 645,4	5 311,3	113,50
-уровень	%	17,85	17,18	8,22	10,98	16,99	-0,86	X
Прибыль от продажи								
- сумма	тыс. руб.	2 001,8	4 586,2	370,3	265,6	5 222,1	3 220,3	260,88
-рентабельность продаж	%	0,91	1,79	11,64	7,95	1,99	1,08	X

Валовая прибыль составит 49 867,5 тыс. руб., что на 20,64% в относительном выражении больше суммы отчетного года. Уровень валовой прибыли вырастет с 18,76 до 18,98%, что будет свидетельствовать о некотором повышении уровня торговых надбавок на реализуемую продукцию. Издержки обращения увеличатся на 13,5% в относительном выражении или на 5 311,3 тыс. руб. в денежной форме, в результате чего составят 44 645,4 тыс. руб. при осуществлении рекомендации. В результате прибыль от продаж может составить 5 222,1 тыс. руб., что больше отчетного года на 3 220,3 тыс. руб. в денежной форме. Рентабельность продаж достигнет 1,99%, что больше отчетного периода анализа на 1,08%. Данная динамика будет свидетельствовать о повышении эффективности основного вида деятельности ООО «Лента», что будет подтверждать обоснованность предлагаемых рекомендаций, направленных на рост валовой прибыли рассматриваемого предприятия.

Также рассчитаем показатели доходности с учетом мероприятий в будущем году (табл.3.18).

Таблица 3.18 – Расчет доходности по валовой прибыли ООО «Лента» в 2016 году (с учетом рекомендаций)

Показатели	2015 год	2016 год (план)	2016 год (план) (с учетом рекомендаций)	Отклонение (+ ; -)
Доходность продаж, %	18,76	18,97	19,86	1,10
Доходность торговой площади, тыс. руб. / м ²	2,03	2,39	2,45	0,42
Доходность на одного работника торгово-оперативного персонал, тыс. руб. / чел.	19,21	22,59	24,54	5,33
Доходность текущих затрат, руб.	1,05	1,10	1,12	0,07

При осуществлении предлагаемых мероприятий доходность продаж ООО «Лента» в будущем году может вырасти на 1,1% и составить 19,86% в 2016 году. Также повысится доходность использования торговых площадей до 2,45 тыс. руб. / м², то есть на 0,42 тыс. руб. / м² в абсолютном выражении. Одновременно с позитивной стороны можно оценивать доходность,

приходящуюся на одного работника торгово-оперативного персонала, которая повысится на 5,33 тыс. руб. / чел. и составит 24,54 тыс. руб. / чел. в будущем году с учетом мероприятий. Также будет отмечаться увеличение в динамике доходности текущих затрат до 1,12 руб., что на 0,07 руб. больше отчетного года. То есть при осуществлении предлагаемых мероприятий будет отмечаться повышение всех показателей доходности изучаемого предприятия ООО «Лента», рассчитанных по валовой прибыли, что будет свидетельствовать о целесообразности предлагаемых мероприятий.

Для подтверждения сделанного вывода о целесообразности внедрения предлагаемых мероприятий, осуществим оценку социально-экономической эффективности рекомендаций для рассматриваемого предприятия ООО «Лента» (табл.3.19).

Таблица 3.19 – Оценка социально-экономической эффективности рекомендаций для ООО «Лента»

Рекомендации	Социальная эффективность	Экономическая эффективность
1. Расширение ассортимента за счет мягких игрушек Lego и конструкторов Lego	Расширение ассортимента Удовлетворение покупательского спроса Удовлетворение потребностей предприятия в оптимизации круга поставщиков продукции	Дополнительный оборот розничной торговли в сумме 3 181,4 тыс. руб. Дополнительная валовая прибыль в размере 631,8 тыс. руб. Прирост прибыли от продаж на 370,3 тыс. руб.
2. Установка касс самообслуживания	Повышение конкурентоспособности и престижности предприятия торговли Привлечение новых покупателей	Дополнительный оборот розничной торговли в размере 3 340,5 тыс. руб. Получение валовой прибыли в сумме 632,5 тыс. руб. Дополнительная прибыль от продаж в сумме 265,6 тыс. руб.

Таким образом, информация, представленная в таблице, позволяет сделать вывод, что осуществление предлагаемых мероприятий приведет к повышению социально-экономической эффективности функционирования ООО «Лента».

Далее остановимся на характеристике управления рисками в ООО «Лента» при осуществлении такой стратегии развития предприятия, как усиление позиций на рынке.

В настоящее время каждое предприятие несет те или иные виды рисков, не зависимо от сферы его деятельности. В ООО «Лента» также присутствуют определенные риски, возникающие в ходе реализации проектов. Оценка рисков,

связанных с реализацией предложенных мероприятий производится при помощи экспертов (табл.3.20).

В процессе оценки рисков, связанных с реализацией предлагаемых мероприятий, используются три показателя:

1. Вероятность возникновения риска - это вероятность того, что в результате реализации проекта произойдут потери для предпринимательской фирмы, то есть вероятность нежелательного исхода (шкала: 0-1).

2. Степень влияния риска – сила возможных потерь для предпринимательской фирмы в результате наступления рискового события (шкала: 1-10).

3. Ранг риска – значимость данного риска для деятельности предпринимательской фирмы (шкала: 1-5).

Интегральная оценка рассчитывается по формуле:

$$I = P_i \times C_i \times R_i$$

Таблица 3.20 - Экспертная оценка рисков, связанных с реализацией предлагаемых мероприятий, в торговом предприятии ООО «Лента»

Вид риска	Вероятность возникновения риска (P _i)	Степень влияния риска (C _i)	Ранг риска (R _i)	Интегральная оценка (I)
1. Расширение ассортимента за счет мягких игрушек Aurora и конструкторов Lego				
1. Экономические				
- риск повышения цен на покупаемую продукцию	0,18	7	5	6,30
2. Информационные				
- отсутствие информации о потребностях потребителей	0,15	6	4	3,60
3. Техничко-технологические				
- конкурентоспособность продукции	0,13	5	4	2,60
2. Установка касс самообслуживания				
1. Экономические				
- риск невостребованности данных касс у клиентов	0,17	7	4	4,76
2. Социальные				
- риск сопротивления работников изменениям	0,16	8	4	5,12

Окончание таблицы 3.20

Вид риска	Вероятность возникновения риска (Pi)	Степень влияния риска (Ci)	Ранг риска (Ri)	Интегральная оценка (I)
3. Техничко-технологические				
- поддержание бесперебойной работы касс самообслуживания на этапе внедрения	0,13	6	3	2,34

Большое влияние на деятельность предприятия оказывают экономические риски, связанные с риском повышения цен на закупаемую продукцию (6,3 балла). Практически столь же сильное влияние оказывают социальные риски, связанные с сопротивлением работников изменения, так как при установке касс самообслуживания планируется оптимизация штата и сокращение части кассиров (5,12 балла).

Комплекс мероприятий, направленных на нейтрализацию действия рисков, в ООО «Лента» представлен в таблице 3.21.

Таблица 3.21 - Мероприятия по устранению рисков, связанных с реализацией предлагаемых мероприятий, в ООО «Лента»

Этапы мероприятия	Вид риска	Способы защиты рисков
1. Расширение ассортимента за счет мягких игрушек Аюгоа и конструкторов Lego		
Подготовительный	Все виды рисков	Система качества: Проведение исследования рынка для выявления потенциального спроса
Обеспечение финансовыми ресурсами	Экономические	Предотвращение убытков: Поиск наилучших условий для реализации продукции.
Координация и контроль проекта	Все виды рисков	Поиск информации. Составление плана-графика реализации мероприятия
2. Установка касс самообслуживания		
Подготовительный	Все виды рисков	Система качества: Проведение исследования о готовности покупателей к использованию касс самообслуживания
Обеспечение финансовыми ресурсами	Экономические	Предотвращение убытков. Обучение покупателей пользованию кассами самообслуживания
Вовлечение персонала в процесс изменений	Социальные	Обучение части кассиров новому функционалу и перевод на должность продавца-консультанта по работе с кассами самообслуживания
Координация и контроль проекта	Все виды рисков	Поиск информации. Составление плана-графика реализации мероприятия

Таким образом, риски реализации предлагаемых мероприятий являются прогнозируемыми и управляемыми, поэтому мероприятия стоит принять к реализации.

Далее в таблице 3.22 осуществим анализ эффективности системы управления самыми значимыми рисками.

Таблица 3.22 - Анализ эффективности системы управления самыми значимыми рисками по предлагаемым мероприятиям в ООО «Лента»

Наименование мероприятия	Вид риска	Причины	Оценка риска	Принятые меры по ограничению риска	Эффект
1. Расширение ассортимента за счет мягких игрушек Аугога и конструкторов Lego	Экономические	Рост цен на закупаемую продукцию	6,30	Минимизация и предотвращение убытков	Предприятие не понесет убытки
2. Установка касс самообслуживания	Социальные	Боязнь сокращения в связи с оптимизацией штата при установке касс самообслуживания	5,12	Вовлечение персонала, переподготовка части кассиров	Часть персонала повысит уровень квалификации, а соответственно и доходы в виде заработной платы, повысится заинтересованность персонала в результатах работы

Анализ показал, что для устранения рисков необходимо использовать такие методы, как метод минимизации и предотвращения убытков, а также вовлечение персонала в процесс изменения.

В заключение рассмотрим, как изменится оценка эффективности системы стратегического управления ООО «Лента» при осуществлении разработанных мероприятий (табл.3.23).

Таблица 3.23- Расчет показателей эффективности стратегического управления в ООО «Лента» при осуществлении разработанных мероприятий

Направление оценки эффективности	Основные критерии оценки эффективности	Оценка в баллах (0 – 1)	
		существующая	проектируемая система

ости		система управлен ия	управления (с учетом рекомендаци й)
Достижени е цели	1. Степень достижения цели.	0,8	0,9
	2. Расширение доли рынка	0,6	0,8
	3. Сохранение организации как целостности	0,9	0,9

Окончание таблицы 3.23

Направлени я оценки эффективн ости	Основные критерии оценки эффективности	Оценка в баллах (0 – 1)	
		существу ющая система управлен ия	проектируем ая система управления (с учетом рекомендаци й)
Качество функциони рования	1. Соотношение централизации и децентрализации.	0,9	0,9
	2. Рост гибкости организационной формы	0,6	0,8
	3. Соподчиненность дерева целей и уровней иерархии.	0,7	0,7
	4. Эффективность текущей обработанной информации, включая ее комплексность.	0,7	0,7
	5. Скорость и точность выделения информации по специальным запросам.	0,8	0,8
	6. Надежность и безопасность информации	0,7	0,8
	7. Своевременность информации.	0,8	0,9
	8. Наличие необходимой информации.	0,7	0,7
	9. Экономичность от масштаба	0,6	0,6
Экономичн ость	1. Удельный вес издержек управления в общих издержках.	0,4	0,4
	2. Затраты на подготовку управленцев.	0,1	0,3
	3. Затраты на управленческое консультирование	0,2	0,4
	4. Эффективность управленческих решений.	0,7	0,8
	5. Точность управленческих решений	0,7	0,9
	6. Надежность решений.	0,7	0,8
	7. Быстрота подготовки управленческих решений.	0,9	0,9
	8. Гибкость и последовательность принятия решений	0,6	0,6
Изменение в качестве рабочей силы	1. Гибкость в системе продвижения по службе.	0,3	0,4
	2. Полномочия работников и их ответственность.	0,7	0,7
	3. Степень удовлетворения, выполняемой работы.	0,7	0,9
	4. Повышение квалификации	0,4	0,4
Соц. - экономичес кие условия	1. Способность СТЭП факторного анализа.	0,8	0,8
	2. Наличие обоснованных целей.	0,5	0,6
	3. Степень интеграционной поддержки.	0,3	0,5
	ИТОГО:	16,8	18,8

Вследствие введения в реализацию мягких игрушек Аугога и конструкторов Lego, а также установки касс самообслуживания увеличится показатель доли рынка предприятия торговли с 0,6 до 0,8 баллов. Также

повысится эффективность и точность управленческих решений с 0,7 до 0,8 и с 0,7 до 0,9 баллов соответственно. В результате следования стратегии усиления позиций на рынке, а также при осуществлении предлагаемых мероприятий оценка эффективности управления в ООО «Лента» возрастет с 16,8 до 18,8 баллов.

Таким образом, можно сделать вывод, что осуществление предлагаемых мероприятий в ООО «Лента» является целесообразным, как с экономической точки зрения, так и с точки зрения менеджмента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью написания работы является анализ и экономическое обоснование резервов роста валовой прибыли в будущем году.

Предмет исследования – валовая прибыль.

Объект исследования – ООО «Лента».

Проведенный анализ валовой прибыли и факторов ее определяющих, как основа ее планирования, позволяет сделать следующие выводы:

- За пять лет оборот розничной торговли в сопоставимых ценах ООО «Лента» увеличился на 14 443,1 тыс. руб. в денежной форме или на 10,58% в относительном выражении, а именно с 136 542,3 тыс. руб. в 2011 году до 150 985,4 тыс. руб. в 2015 году. В действующих ценах объем оборот розничной торговли вырос с 136 542,3 тыс. руб. в 2011 году до 220 337,8 тыс. руб. в 2015 году, то есть на 83 795,5 тыс. руб. в денежной форме или на 61,37% в относительном выражении.

- Наибольший оборот розничной торговли приходится на четвертый квартал, как 2014, так и 2015 года. Это 28,16 и 28,32% соответственно в обоих периодах. Данный факт связан со значительным увеличением продаж продукции к новогодним каникулам. В денежном выражении объем продаж в данный временной отрезок составил 45 732,1 тыс. руб. в базисном году и 62 399,8 тыс. руб. в отчетном году. То есть прирост составил 36,45% в относительной форме.

- Наименьший объем продаж, а именно 22,17% в 2014 году и 22,01% в 2015 году, приходится на второй квартал. Оборот розничной торговли рассматриваемого предприятия в данный отрезок времени составила 36 004,3 тыс. руб. в прошлом году и 48 496,3 тыс. руб. в отчетном году. В динамике она выросла на 34,7% в относительной форме.

- Коэффициент ритмичности развития оборота розничной торговли составил 1, что связано с ростом объема продаж ООО «Лента» во всех анализируемых периодах. Данный уровень показателя является оптимальным.

- Коэффициент равномерности развития оборота розничной торговли по кварталам составил 99,39%, то есть объем продаж ООО «Лента» во временном интервале развивается равномерно.

- Наибольший объем продаж в ООО «Лента» приходится на такую товарную группу, как алкогольные напитки и пиво. Это 20,49% общего объема реализации в 2014 году и 20,63% в 2015 году. Оборот розничной торговли по данной ассортиментной позиции в динамике увеличилась с 33 276,0 до 45 455,7 тыс. руб. в действующих ценах, то есть на 12 179.7 тыс. руб. в денежной форме или на 36,6% в относительном выражении.

- Наименьший объем продаж, а именно 1,76% в базисном периоде анализа и 1,83% в отчетном периоде приходится на такую группу товаров, как «сахар, соль, пищевые масла и жиры». В 2015 году объем продаж по ней составил 4 032,2 тыс. руб. в действующих ценах и 3 600,2 тыс. руб. в сопоставимых ценах, что на 1 173,8 и 741,8 тыс. руб. в денежном выражении или на 41,06 и 25,95% соответственно в двух видах цен больше базисного года.

- Коэффициент структурных сдвигов оборота розничной торговли ООО «Лента» в 2015 году составил 0,25%, то есть столько составляет среднее колебание в удельных весах продаж по отдельным товарным группам в общем объеме оборота. Полученное значение коэффициента является незначительным, что свидетельствует о стабильности ассортимента предприятия.

- За 2013-2015 годы уровень торговых надбавок по предприятию изменился незначительно. Если в 2013 году он составлял 24,33%, то в 2014 году – 21,85%, а в 2015 году – 23,09%. То есть за три года уровень торговых надбавок по предприятию снизился на 1,24%.

- За 2011-2015 годы валовая прибыль предприятия выросла на 77,35% в относительной форме.

- Наибольшую валовую прибыль принесла предприятию такая ассортиментная группа, как «алкогольные напитки и пиво». Это 7 104,4 тыс. руб. в базисном году и 10 182,1 тыс. руб. в отчетном году, что на 3 077,7 тыс. руб. больше прошлого года в абсолютном выражении или на 43,32% в

относительной форме. На долю данной группы товаров приходится 24,4% общей величины валовой прибыли в прошлом году и 24,63% в отчетном году.

- Наименьшую валовую прибыль в 2014 году в размере 360,6 тыс. руб. и в 2015 году в сумме 545,9 тыс. руб., рассматриваемое предприятие получило от реализации товарной группы «сахаристые кондитерские изделия, включая шоколад». На долю данной группы товаров приходилось 1,48% общей суммы валовой прибыли предприятия в прошлом году и 1,5% в отчетном году.

- Наиболее высокий уровень валовой прибыли в 2014 году установлен на товарную группу «алкогольные напитки и пиво». Он составил 21,35%. В динамике он вырос на 1,05% и составил 22,4% в 2015 году. Одновременно уровень торговой надбавки повысился с 27,15% в прошлом году до 28,87% в отчетном году.

- Наименьший уровень валовой прибыли, а именно 14,67% в 2014 году и 15,29% в 2015 году, приходится на такую группу товаров, «хлеб и мучные кондитерские изделия». Уровень торговой надбавки по данной группе товаров повысился с 17,19% в прошлом году до 18,05% в отчетном году.

- Структуру влияния факторов на валовую прибыль ООО «Лента» в отчетном периоде анализа можно признать рациональной, так как оба фактора приводя к повышению оцениваемого показателя.

- Показатели доходности, рассчитанные на основе валовой прибыли, имеют разнонаправленную динамику. Позитивной оценки заслуживает увеличение доходности продаж, доходности использования торговых площадей и торгово-оперативного персонала, а также доходности фонда заработной платы. Одновременно с негативной стороны стоит оценивать динамику доходности текущих затрат и доходности использования имущества предприятия, как основных фондов, так и оборотных средств.

- Большая часть валовой прибыли ООО «Лента», а именно 92,11% в 2014 году и 95,16% в 2015 году, идет на покрытие издержек обращения. Это 26 821,7 тыс. руб. из 29 118 тыс. руб. в базисном году и 39 334,1 тыс. руб. из 41 335,8 тыс. руб. в отчетном году. Соответственно оставшаяся часть валовой

прибыли, а именно 7,89% в 2014 году и 4,84% в 2015 году идет на формирование прибыли от продаж. В денежном выражении сумма валовой прибыли, идущая на формирование прибыли от продаж составила 2 001,8 тыс. руб. в отчетном году, что на 294,5 тыс. руб. в денежной форме или на 12,83% в относительном выражении меньше базисном года.

На основе проведенного анализа было осуществлено планирование оборота розничной торговли, как основного показателя, оказывающего влияние на формирование валовой прибыли ООО «Лента».

В результате планирования оборота розничной торговли в качестве оптимального значения был выбран показатель, полученный экономико-статистическим методом (выравниванием динамического ряда по скользящей средней). И в 2016 году объем продаж составит 256 211,0 тыс. руб. Выбор метода будет обусловлен тем, что он учитывает динамику рассматриваемого показателя за ряд лет работы предприятия, а также является одним из самых точных при расчете оборота розничной торговли. Планируемый рост продаж (на 16,28% в относительной форме в действующих ценах или на 5,71% в относительном выражении в сопоставимых ценах, а также на 35 873,2 и 12 581,3 тыс. руб. в денежной форме в обоих видах цен). Одновременно необходимо отметить, что использование такого экономико-статистического метода, как расчет на основе среднегодовых темпов роста, является невозможным. Это связано с выявленной динамикой снижения оборота розничной торговли на протяжении 2012 - 2014 годов. Также использование экономико-математического метода невозможно в связи с большой ошибкой прогноза, недостаточной точностью расчетов с помощью данного метода и их экономической необоснованностью. Значение, полученное экспертным методом, а именно 257 500 тыс. руб. является довольно близким к выбранному показателю. Но все-таки экономико-статистический метод считается более точным.

При планировании оборота розничной торговли по товарным группам в качестве оптимальных выбраны значения, полученные с использованием

экономико-статистического метода – выравнивание динамического ряда по скользящей средней (2 способ). При данном способе расчета не отмечается значительных отклонений от показателей отчетного года. Тогда в 2016 году, наибольшим спросом у покупателей также, как и в предыдущих периодах, будет пользоваться такая товарная группа, как «алкогольные напитки и пиво» – 20,56% в структуре оборота розничной торговли. Наименьшим спросом будет пользоваться товарная группа «сахаристые кондитерские изделия, включая шоколад» - 1,49% от общего объема оборота розничной торговли будущего года.

Наиболее точной величиной прогноза валовой прибыли будет являться методом технико-экономических расчетов с использованием средней арифметической для определения уровне торговых надбавок на будущий год. Данный метод учитывает динамику рассматриваемого показателя за ряд лет работы предприятия, при этом в разрезе отдельных товарных групп, реализуемых предприятием, то есть учитывается специфика продажи каждой ассортиментной позиции, что повышает точность расчетов. . Но при данном методе планирования уровень валовой прибыл и останется на уровне отчетного года, а именно 18,76%, что является нецелесообразным. Соответственно данный метод не может быть выбран в качестве оптимального. Тогда возьмем значение, полученное с использованием расчетно-аналитического метода. По сравнению с предшествующим периодом анализа показатель увеличится на 7 267,4 тыс. руб. в абсолютном выражении или на 17,58% в относительной форме и составит 48 603,2 тыс. рублей. При этом несколько вырастет уровень реализованных торговых надбавок, а именно с 18,76 до 18,97%. Рост валовой прибыли свидетельствует о целесообразности выбора метода планирования. Также необходимо отметить, что при использовании такого экономико-статистического метода, как выравнивание динамического ряда по скользящей средней, уровень валовой прибыли значительно вырастет, а именно до 19,19%, что скорее всего является недостижимым в современных условиях функционирования.

В качестве резервов роста валовой прибыли руководству ООО «Лента» предлагается ряд мероприятий.

1. Несмотря на очень широкий ассортимент товаров в ООО «Лента», в реализации отсутствуют детские игрушки. Поэтому рекомендуется расширение ассортимента за счет мягких игрушек фирмы Augoga и конструкторов Lego. Планируемый объем оборота розничной торговли в ООО «Лента» может составить 3 181,4 тыс. рублей. Валовая прибыль составит 631,8 тыс. рублей. В результате роста оборота розничной торговли увеличатся издержки обращения за счет условно-переменной их части, уровень которой в 2015 году составляет 8,22%. Соответственно дополнительные издержки обращения составят 261,5 тыс. рублей. Дополнительных расходов в виде заработной платы в ООО «Лента» возникать не будет. Это связано с тем, что на предприятии торговли в основном применяется такой метод реализации продукции, как самообслуживание. И заработная плата торгово-оперативного персонала не зависит от объема оборота розничной торговли. Прибыль от продаж – 370,3 тыс. рублей.

2. Установка касс самообслуживания. Планируется, что увеличение пропускной способности касс, а также любопытство потенциальных покупателей, позволит получить дополнительную выручку в размере от 1 до 2% от текущего объема продаж, что в денежном выражении составит 3 340,5 тыс. руб. Валовая прибыль – 632,5 тыс. рублей. Стоимость одного кассового терминала самообслуживания NCR SelfServ Checkout – 120 тыс. руб. В каждом гипермаркете планируется установка четырех таких кассы. Соответственно общее количество 16 единиц. Тогда амортизационные отчисления составят 384 тыс. рублей. Одновременно обслуживать четыре терминала самообслуживания может один продавец-консультант в смену с заработной платой 27 тыс. руб. в месяц. Так как кассы самообслуживания будут установлены на место двух обычных касс, то это позволит оптимизировать расходы на оплату за счет сокращения кассиров в количестве двух человек в смену в каждом гипермаркете с заработной платой 16 тыс. руб. в месяц. График работы

двухсменный. Тогда экономия на расходах на оплату труда с отчисления во внебюджетные фонды может составить 625,0 тыс. рублей. Одновременно увольняемым работникам будет выплачено выходное пособие в размере одной заработной платы, что с отчислениями во внебюджетные фонды составит 333,3 тыс. рублей. Помимо этого возникнут дополнительные условно-переменные издержки обращения, уровень которых в 2015 году составлял 8,22%. Тогда дополнительные переменные издержки обращения составят 274,6 тыс. рублей. Общая сумма дополнительных издержек обращения – 366,9 тыс. руб. Прибыль от продаж – 265,6 тыс. руб.

В целом, при осуществлении предлагаемых мероприятий оборот розничной торговли в будущем году вырастет на 42 395,1 тыс. руб. в денежной форме или на 19,24% в относительном выражении и достигнет 262 732,9 тыс. рублей. Валовая прибыль составит 49 867,5 тыс. руб., что на 20,64% в относительном выражении больше суммы отчетного года. Уровень валовой прибыли вырастет с 18,76 до 18,98%, что будет свидетельствовать о некотором повышении уровня торговых надбавок на реализуемую продукцию. Издержки обращения увеличатся на 13,5% в относительном выражении, в результате чего составят 44 645,4 тыс. руб. при осуществлении рекомендации. Прибыль от продаж составит 5 222,1 тыс. руб., что больше отчетного года на 3 2203 тыс. руб. в денежной форме. Рентабельность продаж достигнет 1,99%, что больше отчетного года на 1,08%. Данная динамика будет свидетельствовать о повышении эффективности основного вида деятельности ООО «Лента», что будет подтверждать обоснованность предлагаемых рекомендаций, направленных на рост валовой прибыли рассматриваемого предприятия.

Помимо этого, при осуществлении предлагаемых мероприятий доходность продаж ООО «Лента» в будущем году может вырасти на 1,1% и составить 19,86% в 2016 году. Также повысится доходность использования торговых площадей до 2,45 тыс. руб. / м², то есть на 0,42 тыс. руб. / м² в абсолютном выражении. Одновременно с позитивной стороны можно оценивать доходность, приходящуюся на одного работника торгово-

оперативного персонала, которая повысится на 5,33 тыс. руб. / чел. и составит 24,54 тыс. руб. / чел. в будущем году с учетом мероприятий. Также будет отмечаться увеличение в динамике доходности текущих затрат до 1,12 руб., что на 0,07 руб. больше отчетного года. То есть при осуществлении предлагаемых мероприятий будет отмечаться повышение всех показателей доходности изучаемого предприятия ООО «Лента», рассчитанных по валовой прибыли, что будет свидетельствовать о целесообразности предлагаемых мероприятий.

В результате следования стратегии усиления позиций на рынке, а также при осуществлении предлагаемых мероприятий оценка эффективности управления в ООО «Лента» возрастет с 16,8 до 18,8 баллов.

Таким образом, можно сделать вывод, что осуществление предлагаемых мероприятий в ООО «Лента» является целесообразным, как с экономической точки зрения, так и с точки зрения менеджмента.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4ч. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ ред. от 23.05.2015, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2015. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2 Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2ч. Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 N 117-ФЗ ред. от 06.04.2015, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2015. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

3 Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ ред. от 06.04.2015, с изм. от 02.05.2015. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

4 Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998 №14-ФЗ ред. от 23.05.2015, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2015. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

5 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/>.

6 Анализ и планирование прибыли предприятия торговли: текст лекций / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т ; Сост. О. Н. Емельянова. – Красноярск, 2005. – 54с.

7 Арзуманова Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания / [Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели](#). – Москва.: Дашко и Ко, 2014. – 274с.

8 Баканов М.И. Экономический анализ в торговле / [М.И. Баканов, И. М.](#)

[Дмитриева, Л. Р. Смирнова](#). – Москва: Финансы и статистика, 2013. – 400с.

9 Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта: учебное пособие. / И.Т. Балабанов - Москва: Финансы и статистика, 2012.-130с.

10 Брагин Л.А. Экономика торгового предприятия: Торговое дело. / Л.А. Брагин. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 313с.

11 Валевиц Р. П. Экономика торгового предприятия / Р. П. Валевиц, Г.А. Давыдова. - Минск: Высшая школа, 2012. - 301с.

12 Веретенникова И.И. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / [И. И. Веретенникова, И. В. Сергеев](#): - Москва: Юрайт, 2014. – 672с.

13 Волков О.И. Экономика предприятия. Курс лекций / [О. И. Волков, В. К. Скляренко](#). – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 288с.

14 Гребнева А.И. Экономика торгового предприятия: учебник / А.И. Гребнева. – Москва: Экономика, 2013. – 238с.

15 Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / [В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко](#). – Москва: КноРУС, 2012. – 408с.

16 Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия / Г.Г. Иванов. – Москва: Академия, 2013. – 320с.

17 Камаев В. Д. Основы экономической теории: учебник / В.Д. Камаев. - Москва: МГТУ им. Баумана, 2011. - 760с.

18 Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. – Москва: Новое знание, 2014. – 512с.

19 Раицкий К.А. Экономика и управление в организациях торговли / К.А. Раицкий. – Москва: Аспект Пресс, 2013. – 192с.

20 Романенко И.В. Экономика предприятия / И.В. Романенко. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 352с.

21 Самойлович В.Г. Экономика предприятия / [В. Г. Самойлович, Е. К. Телушкина](#). – Москва: Академия, 2012. – 224с.

22 Смирнова А. М. Оборот розничной торговли торгового предприятия: Методическое пособие для студентов специальности 06.08.20 «Экономика и управление на предприятии торговли и общественного питания» / А. М. Смирнова: КГТЭИ; Кафедра экономики торговли. – Красноярск, 1998. - 101с.

23 Соловьева Н.А. Анализа результатов хозяйственно-финансовой деятельности торговых организаций: Учебное пособие / Н.А. Соловьева, Т.А. Цыркунова; Красноярский государственный торгово-экономический институт. – Красноярск, 2004 – 96с.

24 Сусллова Ю. Ю. Экономика торгового предприятия: расчетно-аналитическая работа / Ю. Ю. Сусллова; Краснояр. гос. торг-экон. ин-т. - Красноярск, 2003. - 76с.

25 Терещенко Н.Н. Доходы и прибыль предприятия торговли: учеб. пособие / Н.Н. Терещенко, Ю.Ю. Сусллова; Краснояр. гос. торг-экон. ин-т. - Красноярск, 2004. – 272с.

26 Терещенко Н.Н. Практикум по анализу и планированию расходов торгового предприятия: учеб. пособие / Н.Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг-экон. ин-т. – Красноярск, 2004. – 144с.

27 Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества / А.М. Фридман. – Москва: Дашков и Ко, 2012. – 656с.

28 Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / Под ред. А.Н. Соломатина. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 560с.

29 Экономика предприятия торговли: учеб. пособие, В 2ч. Ч.1 / Ю. А. Александров [и др.]; Краснояр. торг.-эконом. ин-т. - Красноярск, 2002. - 258с.

30 Экономика предприятия торговли: учеб. пособие, В 2ч. Ч.2 / Ю. А. Александров [и др.]; Краснояр. торг.-эконом. ин-т. - Красноярск, 2002. - 171с.

31 Экономика торгового предприятия и ПМП: Методические указания по выполнению экономического раздела дипломных работ (проектов) / Т. И. Берг.; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, – 2006. – 56с.

32 Экономика фирмы: учебник / Под ред. [В. Я. Горфинкеля](#). – Москва: Юрайт, 2011. – 688с.

33 Юров, В.Ф. Прибыль в рыночной экономике: вопросы теории и практики / В.Ф. Юров. – Москва: Финансы и статистика, 2013. – 144с.

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

Наименование поля данных	Информация
1 Автор (фамилия, имя, отчество студента)	Черкашина Дарья Евгеньевна
2 Руководитель (фамилия, имя, отчество), должность, ученая степень, ученое звание	Петрученя Ирина Владимировна доцент, канд.экон.наук
3 Код Государственного рубрикатора научно-технической информации (ГРНТИ)	06.81.12
4 Заглавие (тема/название работы)	Валовая прибыль предприятия: анализ и экономическое обоснование роста.
5 Тип документа: выпускная квалификационная работа бакалавра, дипломная работа специалиста, дипломный проект специалиста, магистерская диссертация	дипломная работа бакалавра
6 Код и наименование направления (специальности) /профиля/ программы	38.03.01 «Экономика» Профиль «экономика предприятий и 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-</i>

технической сфере, о способах

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>

Примечания:

1) Все поля информационной карты обязательны для заполнения.

2) Пункты 3, 5-7 выбираются из словаря.