

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

Доходы предприятий торговли: оценка источников формирования и
определение резервов роста (на материалах ООО «Атриум»)

тема

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

Выпускник _____ ЭП 11-11з Данилов В. И.
подпись, дата группа инициалы, фамилия

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

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Доходы предприятий торговли: оценка источников формирования и определение резервов роста» содержит страниц текстового документа, 3 приложения, 26 использованных источников.

ДОХОДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ: ОЦЕНКА ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА.

Объект дипломной работы - ООО «Атриум».

Цель бакалаврской работы: анализ доходов торгового предприятия, оценка и определение резервов роста

Задачи бакалаврской работы:

1. Изучить значения, виды, источники формирования, показатели, влияющие на доходы на предприятии ООО «Атриум»;
2. Провести анализ валовой прибыли, как основного источника дохода на торговом предприятии
3. Выявить резервы роста доходов на исследуемом предприятии;
4. Обосновать основные мероприятия, позволяющие увеличить доходы торгового предприятия ООО «Атриум»

В результате проведенного исследования были получены основные результаты: проведен анализ доходов, проведен его анализ динамики, состава и структуры, проанализированы показатели доходности предприятия, а также предложены две рекомендации на увеличение объема доходов.

1) Введение в ассортимент новой товарной группы, которое увеличило объем валовой прибыли на 786,85 тыс. руб.

2) Реализованы рекламные мероприятия, повысившие валовую прибыль на 2800,6 тыс. руб.

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

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой

подпись инициалы, фамилия

«__» _____ **20**__ г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студенту: Данилову Владиславу Игоревичу

Группа: ЭП-11-13 **Направление (специальность):** 38.03.01 «Экономика предприятий и организаций».

Тема выпускной квалификационной работы: Доходы предприятий торговли: оценка источников формирования и определение резервов роста.

Утверждена приказом по университету № _____ от _____

Руководитель ВКР: Петрученя И.В., доцент, кандидат экономических наук

Исходные данные для ВКР

- 1) Труды отечественных авторов по материалам исследования;
- 2) бухгалтерская отчетность;
- 3) Статистическая отчетность.

Перечень разделов ВКР

Введение

1. Методические и теоретические основы изучения доходов предприятия торговли
2. Анализ доходов торгового предприятия ООО «Атриум»
3. Экономическое обоснование резервов роста доходов на предприятии ООО «Атриум»

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Перечень графического материала

5 Рисунков

33 Таблицы

3 Приложения

Руководитель ВКР _____

подпись

Задание принял к исполнению _____

подпись

инициалы, фамилия

Петрученя И.В.

инициалы, фамилия

Данилов В.И.

« _____ » _____ 20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ	8
1.1 Понятие, сущность, состав доходов предприятия торговли, их виды и классификация	8
1.2 Источники и факторы, влияющие на формирование доходов в предприятиях торговли в современных условиях	17
1.3 Методика анализа и пути повышения доходов на предприятиях торговли в современных условиях	26
2. АНАЛИЗ ДОХОДОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «Атриум»	34
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика ООО «Атриум»	34
2.2 Анализ источников и факторов, влияющих на формирование доходов ООО «Атриум»	39
2.3 Оценка динамики, состава и структуры доходов ООО «Атриум»	49
2.4 Анализ валовой прибыли торгового предприятия ООО «Атриум», как основного вида доходов	52
3. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ДОХОДОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «Атриум»	57
3.1 Анализ показателей доходности ООО «Атриум»	57
3.2 Пути увеличения доходов торгового предприятия ООО «Атриум»	61
Заключение	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	70
ПРИЛОЖЕНИЯ	

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

1.1 Понятие, сущность, состав доходов предприятия торговли, их виды и классификация

Социально-экономическое развитие России в современных условиях сопровождается качественными структурными сдвигами в сторону повышения интенсивности производства, реализации. В этих условиях важным фактором дальнейшего развития любого предприятия является поток поступающих денежных средств, превышающих платежи. Одним из результатов хозяйственной деятельности торговых предприятий выступает размер его доходов, формирующихся из различных источников и по разным видам деятельности предприятий. [6, стр. 18]

Доходы торгового предприятия являются исходной финансовой базой коммерческого расчета, так как представляют собой основу формирования прибыли. Прибыль, в свою очередь, является конечной целью и движущим мотивом развития предприятия. Развитие предприятия полностью зависит от величины получаемой прибыли. Она используется в торговых предприятиях для развития материально-технической базы на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, пополнения собственных оборотных средств, обеспечения социального развития коллективов, выплаты отдельных видов материального поощрения работников, дивидендов акционерам и т.д.[7, стр. 26]

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества)

Доходы предприятий (организаций) предстают, прежде всего, как денежные поступления, платежи, перечисления денежных средств. Эти

доходы выступают главным образом как денежные, формируемые в ходе ведения бизнеса в процессе непрерывного денежного оборота средств. Доходы предприятий, фирм, компаний выступают как денежные и не денежные.

Наличие не денежных форм расчетов определяет формирование доходов в стоимостной форме, выраженной (оцененной) в деньгах. При этом движения самих представителей и выразителей стоимости - денег; может не происходить.

Денежные доходы могут быть подразделены по видам соответствующим разновидностям движения денежных средств предприятия в формате отчета о движении денежных средств. Не всякие поступления денежных средств есть доходы предприятия в экономическом смысле.

Также стоит дать определение «доходам» в соответствии с нормативно установленной характеристикой. Для этого рассмотрим категорию «доходы» с двух точек зрения: с точки зрения бухгалтерского учета и с точки зрения налогового учета (табл. 1.1).

Таблица 1.1 - Характеристика понятия «доходы» в бухгалтерском и налоговом учете

Бухгалтерский учет	Налоговый учет
Согласно ПБУ 9/99 «Доходы организаций» под доходами понимается «увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества)»	Согласно ст. 41 НК РФ под доходами понимается «экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить» т.е. под доходами понимается поступление любых экономических выгод (кроме суммы косвенных налогов)

С точки зрения бухгалтерского учета категория «доходы»

рассматривается в более широком аспекте, чем в налоговом учете, что отражает их нормативно установленная формулировка. В определении, приведенном в Налоговом кодексе Российской Федерации, не прослеживается связи выгоды от хозяйственной деятельности с изменением таких важных факторов, как например инфляция, не указываются источники получения доходов, в основном здесь отражены доходы, которые могут и не могут учитываться в целях налогообложения.

В отличие от налогового учета в ПБУ 9/99, утвержденном приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 года № 32н, указаны основные виды доходов с подробной их характеристикой, описаны способы их признания в ходе деятельности предприятий и порядок отражения их в бухгалтерской отчетности. Помимо этого в ПБУ 9/99 в пятой части дан перечень поступлений, который не может быть признан организацией как доходы, а это следующие поступления:

- суммы налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и других аналогичных обязательных сумм, подлежащих перечислению в бюджет;
- поступления по договорам комиссии;
- суммы, полученные предприятием в виде авансов в счет оплаты продукции, товаров, работ, услуг;
- суммы полученных задатков;
- суммы полученных залогов;
- суммы, полученные в погашение кредита (займа), предоставленного ранее заемщику.

Коммерческие организации в процессе хозяйственной деятельности используют различные виды доходов, которые классифицируются по разным признакам.

Таблица 1.2 - Классификация доходов торгового предприятия

<i>Признак классификации</i>	<i>Виды доходов</i>
1. В зависимости от вида учета	1.1 доходы в целях бухгалтерского учета 1.2 доходы в целях налогового учета
2. В зависимости от вида деятельности	2.1 доходы от основной деятельности 2.2 доходы от прочей деятельности
3. По отношению к временному периоду	3.1 доходы прошлого периода 3.2 текущие доходы 3.3 планируемые доходы 3.4 ожидаемые доходы
4. По направлению использования	4.1 на покрытие издержек обращения 4.2 на покрытие процентов к уплате 4.3 на покрытие прочих расходов 4.4 на уплату налогов 4.5 на формирование чистой прибыли
5. В зависимости от источника формирования	5.1 доходы от основного вида деятельности (торговые надбавки, оптовые надбавки и наценки) 5.2 доходы от участия в деятельности других организаций 5.3 доходы от получения процентов 5.4 доходы от сдачи имущества в аренду 5.5 доходы от реализации имущества 5.6 доходы от реализации основных фондов 5.7 доходы от прочих источников
6. В зависимости от сферы деятельности	6.1 доходы от производственной деятельности 6.2 доходы от торговой деятельности 6.3 доходы от оказания услуг
7. По периодичности получения	7.1 единовременные (в зависимости от наличия источника) 7.2 периодические (за месяц, квартал, полугодие, год)
8. По отношению к объему товарооборота	8.1 доходы, зависящие от объема товарооборота 8.2 доходы, независящие от объема товарооборота
9. В зависимости от ставок налогообложения	9.1 доходы, облагаемые по ставке 20 % 9.2 доходы, полученные в виде дивидендов, облагаемые по следующим ставкам: - 9 % доходы в виде дивидендов, полученные налоговыми резидентами РФ - 15 % – доходы в виде дивидендов, полученные российскими организациями от иностранных, и наоборот 9.3 доходы по операциям с отдельными видами долговых обязательств, облагаемые по следующим ставкам: - 0 % – доходы в виде процентов по государственным и

Окончание таблицы 1.2

	<p>муниципальным облигациям, эмитированным до 20 января 1997 года</p> <p>- 9 % – доходы в виде процентов по муниципальным ценным бумагам, эмитированным на срок не менее трех лет до 1 января 2007 года и облигациям с ипотечным покрытием</p> <p>- 15 % – доходы в виде процентов по государственным и муниципальным ценным бумагам, кроме выше указанных</p>
10. В зависимости от порядка исчисления налога на прибыль	<p>- учитываемые в целях исчисления налога на прибыль;</p> <p>- не учитываемые в целях исчисления налога на прибыль</p>

Представленная классификация доходов предприятия подтверждает их многообразие и зависимость от различных признаков, но больший интерес представляет первый классификационный признак, так как в зависимости от него различается их состав на предприятиях торговли. Чтобы подробнее ознакомиться с составными элементами доходов, следует обратиться к рис. 1. Рассмотрим подробнее состав доходов в зависимости от вида их учета.

Согласно бухгалтерскому учету, выделяют два вида доходов:

- доходы от обычных видов деятельности, которые представляют собой выручку от продажи продукции, товаров, оказания услуг в соответствии с действующим законодательством. Доходы от обычных видов деятельности в предприятиях торговли представлены таким показателем, как валовая прибыль;
- прочие поступления доходов.

Основным видом доходов торгового предприятия является доход от обычных видов деятельности. При его характеристике в экономической литературе выделяют следующие понятия: валовой доход, валовая прибыль, совокупный доход, сумма реализованных торговых надбавок, доход от продаж. Иногда в эти понятия вкладывается один и тот же смысл, и одно и то же значение показателя называется либо валовая прибыль, либо сумма реализованных надбавок, либо валовой доход и др. Иногда эти

понятия тракуются как разные показатели и значения их отличаются друг от друга. [13, стр. 31]

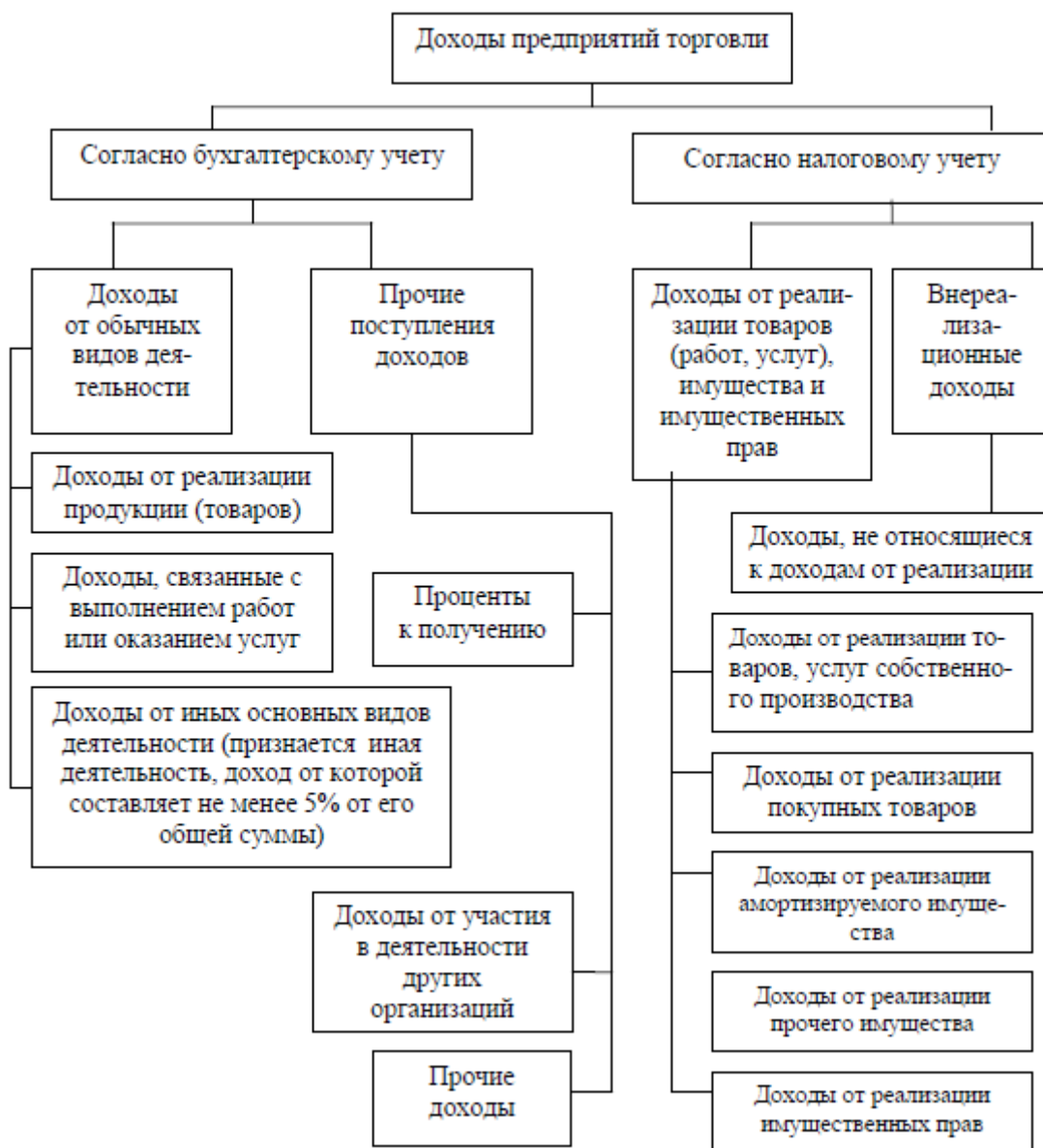


Рисунок 1. Состав доходов предприятия в соответствии с бухгалтерским и налоговым учетом

В налоговом учете, как видно из табл. 7, валовая прибыль представлена доходом от реализации. В статье 249 Налогового кодекса Российской Федерации сказано, что «доходом от реализации признаются выручка от реализации товаров (работ, услуг) как собственного производства, так и ранее приобретенных, выручка от реализации имущественных прав. Выручка от реализации определяется исходя из всех поступлений, связанных с

расчетами за реализованные товары (работы, услуги) или имущественные права, выраженные в денежной и (или) натуральной формах». Что касается внереализационных доходов в налоговом учете, то они намного разнообразнее статей прочих доходов бухгалтерского учета, но между ними существует сходство.

Таким образом, понятие доходов в зависимости от учета определяются по-разному, хотя сущность одна и та же.

Представив и изучив подробно характеристику доходов торгового предприятия, используемую в бухгалтерском и налоговом учете, выделим значение доходов в современных условиях деятельности предприятий.

Значение доходов в деятельности предприятий велико. Доходы торгового предприятия являются его финансовой базой, обеспечивающей решение трех важнейших задач:

1. Основная часть доходов торгового предприятия является источником возмещения всех текущих затрат (издержек обращения), связанных с осуществлением его хозяйственной деятельности. Реализация этой задачи обеспечивает самокупаемость текущей хозяйственной деятельности торгового предприятия.
2. Часть доходов торгового предприятия служит источником выплат различных видов налоговых платежей, обеспечивающих формирование средств государственного и местного бюджетов, внебюджетных фондов. Реализация этой задачи обеспечивает выполнение обязательств торгового предприятия перед государством.
3. Определенная часть доходов торгового предприятия является источником формирования его прибыли, за счет которой образуются фонды производственного развития, дополнительного материального стимулирования персонала, социальных выплат, выплат владельцам имущества. Реализация этой задачи обеспечивает самофинансирование развития торгового предприятия в предстоящем периоде.

Основным видом доходов торгового предприятия является доход от

обычных видов деятельности. При его характеристике в экономической литературе выделяют следующие понятия: валовой доход, валовая прибыль, совокупный доход, сумма реализованных торговых надбавок, доход от продаж. Иногда в эти понятия вкладывается один и тот же смысл, и одно и то же значение показателя называется либо валовая прибыль, либо сумма реализованных надбавок, либо валовой доход и др. Иногда эти понятия трактуются как разные показатели и значения их отличаются друг от друга.

В приложении к бухгалтерскому балансу форме №2 выделяется показатель «валовая прибыль», представляющей собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемую как разница между продажной и покупной стоимостью товаров. Этот доход и следует рассматривать как основной определяющий вид, который при нормальных условиях деятельности имеет наибольший удельный вес в величине совокупного валового дохода (СВД).

$$\text{СВД} = \text{ВП} + \text{Дп} \quad (1)$$

где ВП – сумма валовой прибыли, тыс. руб.;

Дп – сумма прочих поступлений доходов, тыс. руб.;

Валовая прибыль включает в себя доходы непосредственно от реализации товаров, работ, услуг и доходы от прочей торговой деятельности, т.е. оказания дополнительных услуг населению (доставка товаров на дом, раскрой тканей, доходы от перемеривания тканей и т.д.)

Вторым видом в составе доходов торгового предприятия в целях бухгалтерского учета выделяют прочие поступления доходов.

Следует отметить, что осенью 2006 г. Минфин России своим приказом от 18.09.2006 г. №116н упростил классификацию доходов в бухгалтерском учете.

Суть нововведений заключалась в том, что в прочие поступления доходов теперь включают доходы от участия в деятельности других предприятий, организаций, проценты к получению и прочие доходы. Если до 2006 г. прочие операционные и внереализационные доходы выделялись в самостоятельные виды, то с 2007 года они объединены и составляют основу прочих доходов торгового предприятия (самостоятельно выделены «проценты к получению» и «доходы от участия в деятельности других предприятий и организаций» [2, стр. 56].

Таблица 1.3 – Состав прочих поступлений доходов торгового предприятия

Виды доходов	Состав доходов
1. Доходы от участия в деятельности других предприятий, организаций	1.1. Поступления, связанные с участием в уставном капитале других организаций, включая проценты и иные доходы по ценным бумагам 1.2. Прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности по договору простого товарищества Прочие доходы от участия в деятельности предприятий, организаций
2. Проценты к получению	2.1. Проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств (депозит) 2.2. Проценты за пользование банком денежных средств на расчетном счете
3. Прочие доходы	3.1. Поступления, связанные с предоставлением во временнопользование активов предприятия (аренда) 3.2. Поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов и других видов интеллектуальной собственности (торговая марка, фирменные знаки) 3.3. Поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств, кроме валюты, а также продукции, товаров

Окончание таблицы 1.3

	3.4. Штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договора
	3.5. Активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения
	3.6. Поступления в возмещение причиненных организации убытков
	3.7. Прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году
	3.8. Суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности
	3.9. Курсовые разницы
	3.10. Сумма дооценки активов за исключением внеоборотных активов
	3.11. Прочие доходы

Итак, рассмотрев характеристики категории «доходы», классификационные признаки, в соответствии с которыми доходы подразделяются на соответствующие виды, состав доходов в соответствии с бухгалтерским и налоговым учетом было выделено значение доходов для предприятия торговой сферы.

Получение доходов зависит от определенных источников, без которых они не смогли бы быть сформированы. Поэтому необходимо рассмотреть в отдельности каждый источник получения доходов, а также процесс формирования доходов.

1.2 Источники и факторы, влияющие на формирование доходов в предприятиях торговли в современных условиях

Получаемые торговым предприятием доходы являются основным источником для покрытия всех расходов и формирования различных видов прибыли. Они в ходе его деятельности формируются из различных

источников, которые соответствуют определенному их виду. На основе указанного состава доходов в ПБУ 9/99 «Доходы организации» и в Налоговом кодексе Российской Федерации, можно выделить соответствующие источники их формирования.

На рис. 2 выделены основные источники формирования доходов на предприятиях торговли в соответствии с действующим законодательством.



Рисунок 2. Основные источники формирования доходов на предприятиях торговли в соответствии с законодательством

Рассмотрим подробнее каждый источник формирования доходов торгового предприятия.

Основной источник доходов в розничной торговле – торговые надбавки.

Торговая надбавка – это цена торговых услуг, формирующая доход торгового предприятия [7, стр. 88]. Торговая надбавка выступает как разница между продажной и покупной ценой реализуемых товаров [11, стр. 62]. Она устанавливается предприятием торговли самостоятельно в процентах к свободным отпускным ценам по всем товарным группам. Именно торговая надбавка характеризует цену торговых услуг, предлагаемых покупателю при их реализации торговым предприятием. [13, стр. 79]. Торговые надбавки

дифференцированы по отдельным товарным группам, торговым системам, что связано с различием в уровне издержек обращения и необходимостью обеспечить нормальную рентабельность предприятия.

Торговая надбавка включает в себя элементы, которые влияют на возможный диапазон ее формирования. Она формируется в условиях действующего на нее многообразия факторов (табл. 1.4).

Таблица 1.4 – Факторы, влияющие на размер торговой надбавки

Группировка факторов	Состав факторов
Внешние	Государственное регулирование цен; Степень развития рынка; Уровень цен конкурентов; Цена приобретения; Прочие внешние факторы
Внутренние	Специфика деятельности торгового предприятия; Структура оборота розничной торговли; Ценовая политика торгового предприятия; Прочие внутренние факторы

Также факторам, влияющим на величину торговых надбавок, можно отнести такие, как степень развития и конъюнктура рынка в регионе, объём и структура товарооборота, скорость оборачиваемости товаров, обеспеченность собственными оборотными средствами, эффективность использования всех видов ресурсов, специфика реализуемого ассортиментного перечня, его издержкостность, соотношение спроса и предложения. Размер торговых надбавок должен покрывать издержки предприятия и обеспечивать получение определенного размера прибыли.

Вышеназванные факторы по-разному влияют на валовую прибыль. Так, увеличение товарооборота означает рост массы валовой прибыли, то есть чем

больше продано товаров, тем больше совокупная сумма средств, полученных от торговых надбавок. Влияние состава товарооборота не так очевидно, но имеет место. Связано это с различным уровнем надбавок: в рознице надбавка выше, поскольку процесс смены форм стоимости требует дополнительных затрат.[16, стр. 53]

Основные способы расчета торговых надбавок:

1. Способ «по общему объему товарооборота». Расчет суммы реализованных торговых надбавок, исходя из общего объема оборота розничной торговли в розничных ценах, и средней торговой надбавки используется в случае, если ко всем товарам применяется одинаковый процент торговой надбавки. Если ее размер в течение отчетного периода изменялся, целесообразно расчеты вести отдельно по периодам применения разных размеров торговой надбавки:

$$ТН = \frac{Ррц_{\text{всего}}}{100 + У_{ТН\text{ср}}}, \text{ где} \quad (2)$$

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

Ррц_{всего} – оборот розничной торговли в розничных ценах в целом по предприятию, тыс. руб.;

УТНср – уровень средней торговой надбавки в целом по предприятию, %.

2. Способ «по ассортименту товарооборота». Данный способ расчета суммы реализованных торговых надбавок применяется в случае, если к разным группам товаров применяются разные размеры торговых надбавок:

$$ТНр = \frac{\sum_{i=1}^r РЦ_i \times У_{ТН_i}}{100 + \sum_{i=1}^r У_{ТН_i}}, \quad (3)$$

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

$P_{PЦi}$ – оборот розничной торговли в розничных ценах по i -ой товарной группе, тыс. руб.;

$У_{ТНi}$ – уровень торговой надбавки по i -ой товарной группе, %.

3. Способ расчета «по среднему проценту». Расчет суммы реализованных торговых надбавок на основе оборота розничной торговли в розничных ценах и уровня реализованных торговых надбавок (уровня валовой прибыли):

$$ТНр = \frac{P_{PЦ\text{всего}} \times П}{100}, \quad (4)$$

где $ТНр$ – сумма реализованных торговых надбавок, тыс. руб.;

$П$ – средний уровень торговых надбавок, %

4. Способ расчета «по ассортименту остатка товаров». Расчет суммы реализованных торговых надбавок с помощью данного способа требует проведения инвентаризации на конец каждого месяца. По данным инвентаризации определяется стоимость остатка товаров и стоимость реализованных товаров. На основании этих данных определяются суммы торговых надбавок. Использование данного способа расчета предполагает ведение учета практически по каждому наименованию товара или по группам товаров с одинаковыми правилами начисления торговой надбавки. Применение этого способа на предприятиях с широким ассортиментом товаров возможно лишь при использовании штрих-кодов и автоматизированной обработки данных.

$$ТНр = ТНн + ТНп - ТНв - ТНк \quad (5)$$

где $ТНр$ – сумма реализованных торговых надбавок, тыс. руб.;

$ТНн$ – сумма торговых надбавок на остаток товаров на начало отчетного периода, тыс. руб.;

ТНп – сумма торговых надбавок на товары, поступившие за отчетный период, тыс. руб.;

ТНв – сумма торговых надбавок на выбывшие товары, тыс. руб.;

ТНк – сумма торговых надбавок на остаток товаров на конец отчетного периода, тыс. руб.;

Также на предприятиях торговли существуют и другие, упрощенные методы определения суммы реализованных торговых надбавок - с помощью среднего уровня реализованных торговых надбавок, на основе использования в расчетах объема оборота розничной торговли в отпускных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам на основе разницы между выручкой от реализации товаров (работ, услуг) и себестоимостью продажи товаров.

Помимо надбавок и наценок доходы торгового предприятия формируются и за счет других источников. Согласно ПБУ 9/99 «Доходы организации» могут складываться за счет «предоставления за плату во временное пользование (временное владение и пользование) своих активов по договору аренды».

Также доходы могут формироваться за счет лицензионных платежей за пользование объектами интеллектуальной собственности. Доходы от реализации другого имущества формируются за счет выручки от продажи отдельных видов основных фондов, нематериальных активов, ценных бумаг, валютных ценностей и других видов материальных и финансовых активов торгового предприятия.

Прочие поступления доходов складываются за счет поступления средств, не связанных непосредственно с реализацией товаров и платных торговых услуг, другой продукции или имущества торгового предприятия.

К ним относят доходы от паевого участия предприятия в деятельности других совместных предприятий с отечественными и зарубежными партнера-

ми; доходы от принадлежащих предприятию облигаций и других ценных бумаг, выпущенных эмитентами (в виде сумм процентов и дивидендов, полученных по ценным бумагам); доходы по депозитным вкладам торгового предприятия в банках; полученные штрафы, пени и неустойки за нарушения условий договоров; другие виды доходов. Кредиторская задолженность, по которой срок исковой давности истек, тоже включается в доход предприятия в сумме, в которой она была отражена в бухгалтерском учете организации [24, стр. 56].

Основные фонды формируют доходы в случае сдачи этих объектов в аренду, их продажи или получения их безвозмездно. За счет нематериальных активов доходы складываются также в случае аренды или продажи патентов и других объектов интеллектуальной собственности. Что касается оборотных активов, то здесь можно выделить такие источники формирования доходов, как товарно-материальные ценности и денежные средства. Обратимся к табл. 1.5, где отражено соответствие каждому виду доходов определенных источников.

Таблица 1.5 - Источники формирования доходов на предприятиях торговли в современных условиях

<i>Виды доходов</i>	<i>Источники формирования доходов</i>	<i>Доходы</i>
1. Валовая	1.1. Торговые надбавки,	1.1. Сумма реализованных торговых
прибыль	1.2. Снабженческо-сбытовые надбавки	надбавок

	1.3. Наценки общественного питания	1.2. Сумма оптовых надбавок
2. Доходы от участия в деятельности других организаций	2.1. Внеоборотные активы: основные фонды, нематериальные активы, прочие 2.2. Оборотные активы: товарно-материальные ценности, денежные средства, прочие	1.3. Доходы от прочей торговой деятельности 2.1. Проценты от участия в уставном капитале 2.2. Доходы по ценным бумагам 2.3. Сумма доходов по договору простого товарищества
3. Проценты к получению	3.1. Оборотные активы: денежные средства, прочие	3.1. Проценты по депозитам 3.2. Выплаты по процентам банком за пользование расчетным счетом
4. Прочие доходы	1. Внеоборотные активы: основные фонды, нематериальные активы, прочие 2. Оборотные активы: товарно-материальные ценности, денежные средства, прочие	4.1. Сумма арендной платы 4.2. Стоимость проданных основных фондов 4.3. Плата организациями за пользование патентами или объектами интеллектуальной собственности 4.4. Сумма штрафов, пеней и неустоек за нарушение условий договоров
		4.5. Просроченные задолженности

Окончание таблицы 1.5

		перед кредиторами 4.6. Стоимость излишних товарно-материальных ценностей 4.7. Стоимость проданных деталей от изношенных объектов основных фондов 4.8. Прочие
--	--	---

На основе информации об источниках рассмотрим процесс формирования доходов (валовой прибыли, совокупного валового дохода) торгового предприятия в современных условиях (рис. 3).



Рисунок 3. Формирование доходов торгового предприятия в современных условиях

В процессе формирования доходов выделяются следующие их виды: валовая прибыль от продажи товаров, работ, услуг и прочие поступления

доходов, сумма которых формирует совокупный валовой доход предприятия. Полученные доходы торговым предприятием используются в двух направлениях: покрытие расходов и формирование финансовых результатов деятельности (рис. 3).

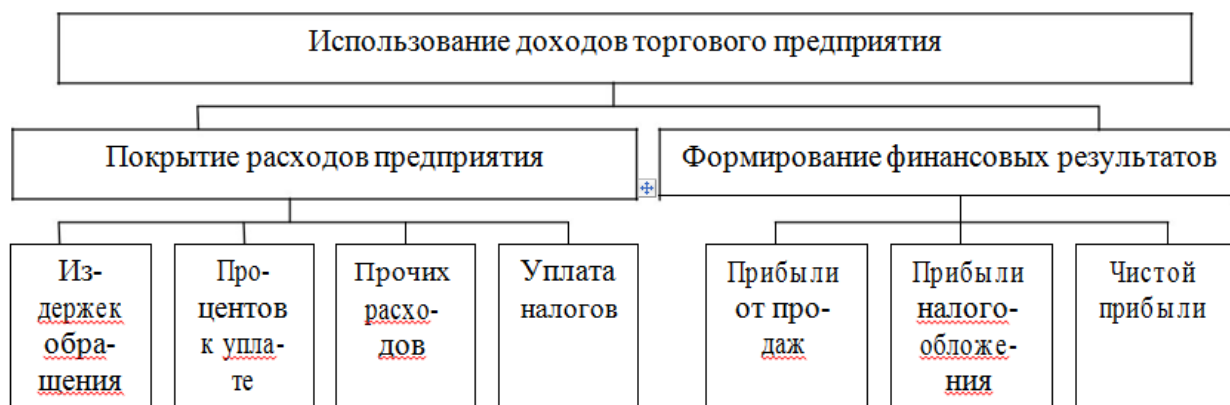


Рисунок 4. Использование доходов торгового предприятия

Подробно рассмотрев источники формирования и факторы, влияющие на доходы в предприятиях торговли, целесообразно далее рассмотреть методику анализа и пути повышения доходов на предприятиях торговли в современных условиях.

1.3 Методика анализа и пути повышения доходов на предприятиях торговли в современных условиях

Доходы от основной деятельности в рыночных условиях хозяйствования являются основным источником финансирования деятельности предприятия, так как преимущественно за счет них формируется прибыль. Каждое предприятие должно четко представлять цели анализа доходов и определить перечень задач, решение, которых будет способствовать их достижению.

Успех и высокая доходность – это две универсальные цели любого предприятия. Торговые организации ведут конкурентную борьбу не только друг с другом, но и с собой, пытаясь, каждый год улучшить результаты своей хозяйственной деятельности по сравнению с предыдущими периодами [15,

стр. 32].

Осуществление анализа доходов предприятия торговой сферы можно представить как последовательность трех этапов: подготовительный, основной и заключительный, для этого следует обратиться к рис. 4.

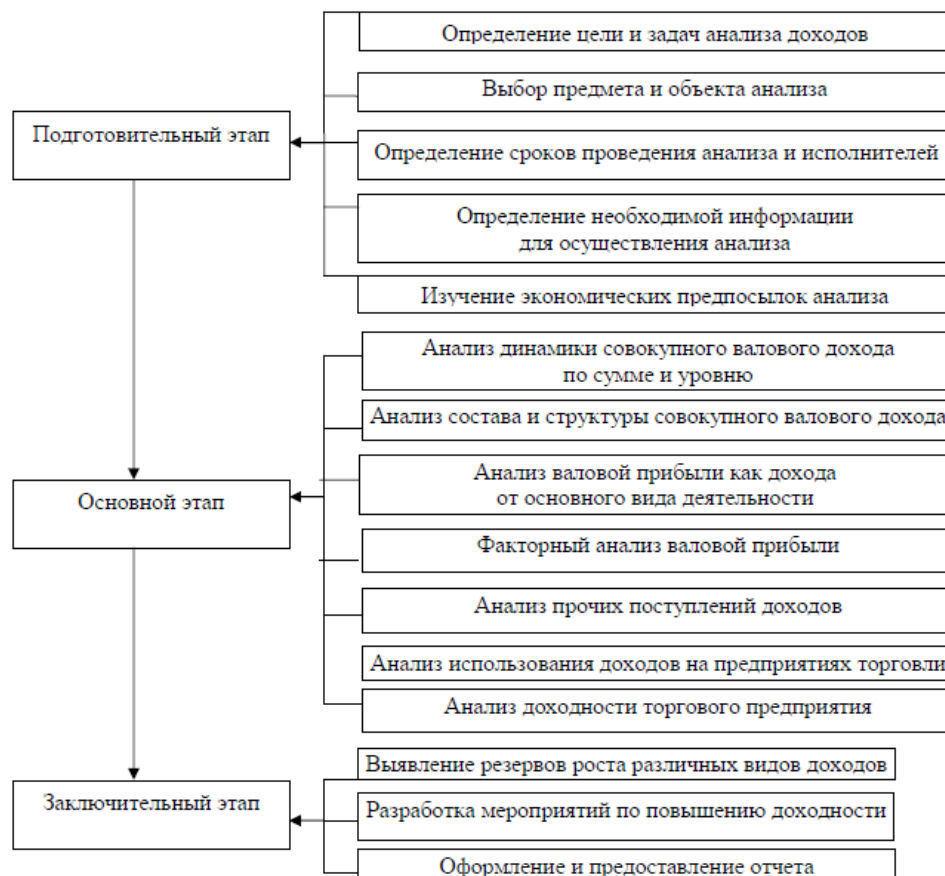


Рисунок 5. Этапы анализа доходов предприятия

При проведении анализа доходов торгового предприятия на подготовительном этапе исследования первоначально определяются цели и основные задачи анализа.

Целью анализа доходов является изучение и выявление основных источников формирования, и выявление резервов повышения доходности торгового предприятия. В соответствии с поставленной целью при анализе доходов предприятия торговли ставятся следующие задачи:

- изучение экономических предпосылок анализа
- анализ динамики, состава и структуры совокупного валового дохода торгового предприятия, источников формирования
- анализ доходов от основной деятельности

- выявление и оценка влияния факторов на изменение доходов
- анализ прочих поступлений доходов (процентов к получению; доходов от участия в деятельности других организациях, прочих доходов)
- анализ использования доходов и доходности предприятия
- определение резервов роста доходов и разработка мероприятий по повышению доходности

Предметом анализа являются доходы торгового предприятия, а объектом анализа выступает исследуемое торговое предприятие. При проведении анализа доходов торгового предприятия рассматривается вторичная и, в случае её недостатка, первичная информация.

К вторичной информации относятся внутренние источники данных: бухгалтерская и статистическая отчетности, материалы аудиторских проверок и ревизий, а также внутренняя документация по торговой хозяйственной деятельности предприятия.

К внешним источникам данных можно отнести следующие: статистические сборники, материалы периодической печати по торговой деятельности, отраслевые реестры и другие.

В ходе анализа доходов торгового предприятия могут быть использованы несколько методов анализа.

Таблица 1.6 – Методы, применяемые в ходе анализа доходов на предприятиях торговли

<i>Виды анализа</i>	<i>Методы анализа</i>
Общий анализ доходов	Метод абсолютных и относительных величин Метод группировок (аналитические и структурные группировки) Графический метод Метод сравнения (с прошлым годом, планом, с лучшими показателями)

Окончание таблицы 1.6

Факторный анализ	Метод цепных подстановок
	Метод разниц
	Метод «процентных чисел»
	Индексный метод и др

Основной этап начинается с анализа динамики совокупного валового дохода, где изучается динамика доходов за несколько лет, как по сумме, так и по уровню. Анализ состава и структуры совокупного валового дохода проводится на основе информации о классификации доходов и предполагает расчет удельных весов отдельных видов доходов в совокупном валовом доходе и анализ их изменений в отчетном году по сравнению с прошлым.

Оценка динамики доходов от основной деятельности включает в себя следующие направления анализа:

- Анализ динамики валовой прибыли – для этого составляется аналитическая таблица, где за два периода оценивают изменение товарооборота, уровень торговой надбавки и валовую прибыль по сумме и по уровню. Также считаются отклонения и темпы изменения.
- Анализ валовой прибыли в разрезе товарных групп – в этих целях строят таблицу, указывая подробный перечень товарных групп, реализацией которых занимается предприятие. Для каждой отдельной группы рассчитывается товарооборот, уровень торговой надбавки, валовая прибыль, уровень валовой прибыли, а также считают отклонение валовой прибыли по сумму и по уровню.

На этапе факторного анализа доходов, факторами, оказывающими прямое влияние, будут выступать изменение объёма товарооборота; изменение структуры товарооборота; изменение уровня реализованных торговых надбавок.

Все рассчитанные указанные выше факторы целесообразно обобщить в сводной таблице и по итогу найти общее влияние факторов (табл. 1.7).

Таблица 1.7–Анализ факторов, оказывающих влияние на валовую прибыль

Факторы, оказывающие влияние на валовую прибыль	Расчет влияния
1. Изменение объема товарооборота	<p>Влияние изменения объема продаж на сумму валовой прибыли рассчитывается как произведение размера отклонения товарооборота отчетного периода от прошлого на уровень валовой прибыли прошлого периода:</p> $\Delta \text{ВП}(\text{P}) = \frac{(\text{P}_1 - \text{P}_0) \times \text{УВП}_0}{100}$
1.1. изменение цен	<p>Для измерения влияния фактора цен на валовую прибыль необходимо прирост суммы товарооборота за счет повышения продажных цен умножить на базисный уровень валовой прибыли и разделить на 100:</p> $\Delta \text{ВП}(\text{P}) = \frac{(\text{P}_1 - \text{P}_{\text{с.ц.}}) \times \text{УВП}_0}{100}$
1.2. изменение физического объема товарооборота	<p>Оценку влияния изменения физического объема товарооборота на изменение суммы валовой прибыли производят по формуле:</p> $\Delta \text{ВП}(\text{объема P}) = \frac{(\text{P}_{\text{с.п.}} - \text{P}_0) \times \text{УВП}_0}{100}$

Окончание таблицы 1.7

2. изменение среднего уровня валовой прибыли	<p>Рассчитывается влияние среднего уровня валовой прибыли на сумму валовой прибыли как произведение разницы отчетного и прошлого уровня валовой прибыли на фактический объем реализации отчетного периода, деленное на 100:</p> $\Delta ВП(У_{ВП}) = \frac{(У_{ВП1} - У_{ВП0}) \times P_1}{100}$
2.1 изменение структуры оборота розничной торговли	<p>Расчет влияния структуры товарооборота на сумму валовой прибыли можно произвести методом процентных чисел, при этом учитываются уровни реализованных торговых надбавок по каждой товарной группе товарооборота в действующих ценах</p> $\Delta У_{ВП(стр.т.)} = \frac{\sum \%числа1}{100} - \frac{\sum \%числа0}{100}$ <p>Затем рассчитывается влияние структуры товарооборота на сумму валовой прибыли как произведение изменения уровня валовой прибыли за счет изменения структуры товарооборота и суммы товарооборота отчетного года и деленного на 100%</p>
2.2 изменение уровня торговых надбавок	<p>Таким образом, влияние изменение уровня торговых надбавок на сумму валовой прибыли находится как разница между влиянием изменения среднего уровня валовой прибыли на сумму валовой прибыли и влиянием структуры товарооборота на сумму валовой прибыли</p>

Примечание. P1 – объем оборота розничной торговли в отчетном периоде, тыс. руб.; P 0 – объем оборота розничной торговли в прошлом периоде, тыс. руб.; ВП 0 У – уровень валовой прибыли в прошлом периоде, %; ВП1 У – уровень валовой прибыли в отчетном периоде, %; $\sum \%числа1, \sum \%числа0$ – сумма процентных чисел в отчетном и прошлом году, %.

Из прочих доходов в целях анализа выделяют доходы от участия в деятельности других предприятий, организаций, проценты к получению, прочие доходы. Для их анализа строят аналитическую таблицу, где указывают вышеперечисленные виды доходов за два периода по сумме и по удельному весу, рассчитывают отклонения и темпы изменения. Также более

детальному анализу подвергаются и прочие поступления доходов: например, штрафы, пени, неустойки, прибыль прошлых лет, сумма дебиторской задолженности и т.д.

Пути повышения доходов на предприятиях торговли в современных условиях

Прежде чем повысить доход от хозяйственной деятельности, необходимо выявить внутренние резервы ее роста. Осуществление глубоких преобразований в экономике вызывает необходимость максимальной мобилизации внутренних резервов. Для эффективного функционирования предприятия в условиях рыночных отношений первостепенное значение имеет выявление резервов увеличения объема товарной продукции, снижения ее себестоимости, роста прибыли.

На каждом предприятии торговли должны предусматриваться плановые мероприятия по увеличению прибыли. Обобщенно эти мероприятия могут носить следующий характер:

- увеличение объёма и дифференциация реализуемой продукции,
- улучшение качества обслуживания,
- продажа излишнего оборудования и другого имущества предприятия, или сдача его в аренду,
- повышение эффективности трудовых ресурсов за счет более рационального использования торговых площадей, рабочей силы и рабочего времени,
- расширение рынка продаж и др.

Рассмотрим пути увеличения прибыли более подробно. В первую очередь, определим основные направления снижения издержек обращения предприятия торговли, в условиях рыночной экономики.

В условиях свободной конкуренции цена продукции, реализуемая предприятиями, выравнивается автоматически. На нее воздействуют законы рыночного ценообразования. В тоже время каждый предприниматель

стремится к расширению и продвижению продукции на незаполненные рынки. На предприятиях торговли подобные мероприятия подразумевают увеличение товарооборота, снижение затрат на реализацию продукции, повышение производительности труда, сокращение прочих расходов торгового предприятия.[11, стр. 70]

Снижение затрат может осуществляться за счет экономии всех видов ресурсов, необходимых для реализации товаров, работ, услуг: трудовых и материальных. Формирование прибыли от продаж на предприятиях торговли происходит под влиянием издержек обращения, поэтому имеет смысл сократить их сумму и уровень, например с помощью реорганизации работы с поставщиками, проведя поиск более низких цен и тарифов на транспортировку, либо вообще отказаться от услуг посредников путём сотрудничества напрямую с производителями товаров. Значительную долю в структуре издержек обращения занимает оплата труда. В связи с этим целесообразно провести мероприятия, способствующие росту производительности труда, сокращению численности персонала, не задействованному в процессе реализации товаров, работ, услуг конечному потребителю. Торговому предприятию стоит провести анализ потребительского рынка, для выявления покупательского спроса на рынке. Также имеет смысл организовать рекламную деятельность, направленную на привлечение потенциальных клиентов.

После определения резервов роста доходов торгового предприятия, разрабатываются мероприятия по их повышению. Затем оформляется и предоставляется отчет по предложенным мероприятиям.

3.2 Пути увеличения доходов торгового предприятия ООО «Атриум»

На каждом предприятии должны предусматриваться плановые мероприятия по повышению прибыли. В общем плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

1. Резервом роста валовой прибыли для торгового предприятия ООО «Атриум» является расширение ассортимента реализуемых товаров, одно из направлений расширения можно рассматривать введение новой группы товаров – «Мебель для ванной».

Таблица 3.4 - Расчет розничной цены на новую группу товаров

Ассортимент	Закупочная цена, руб.	Объем продаж в год, шт	Себестоимость, тыс. руб.	Уровень торговой надбавки, %	Валовая прибыль, тыс. руб.	Оборот розничной торговли, тыс. руб.
Пеналы		70	343,7	35	120,3	464
Шкаф-пенал АкватонАмерин а белый	10620	20	32,4	35	11,34	43,74
Шкаф-пенал Rupo универсальный с корзиной	5910	30	177,3	35	62,06	239,36
Шкаф-пенал СанТа 60	6700	20	134	35	46,9	180,9
Тумбы под раковину		60	153,4	35	53,69	207,09

Продолжение таблицы 3.4

Тумба Паола 40, бордо	2100	20	42	35	14,7	56,7
Тумба Леванте 50	2600	20	52	35	18,2	70,2
Тумба Венто 60	3070	20	61,4	35	21,49	82,89
Стеллажи		50	150	35	52,5	202,5
Угловой стеллаж под раковину Рогунд	2000	25	50	35	17,5	67,5
Стеллаж Мольгер	4000	25	100	35	35	135
Зеркало - шкафы		60	223,8	35	78,33	302,13
Aqwella Дельта угловой	5700	20	114	35	39,9	153,9
Акватон Альтаир 62 угловой	10980	10	109,8	35	38,43	148,23
Акватон Призма М одностворчатый	4890	30	146,7	35	51,35	198,05
Комоды		60	256	35	89,6	345,6
СанТа ТН 60 2 двери, 1 ящик	3500	40	140	35	49	189

Окончание таблицы 3.4

Misty Люси 50 с Б/К	5800	20	116	35	40,6	156,6
Композиционные гарнитуры		40	840	35	294	1135
Акватон Мадрид	17500	20	350	35	122,5	472,5
Jacob Delafon Ove	24500	20	490	35	171,5	661,5
Столешницы	5130	50	281,25	35	98,44	379,69
Ideal Standard Motion	6400	25	160	35	56	216
Cersanit Nano	4850	25	121,25	35	42,44	163,69
Итого	x	x	2248,15	35	786,85	3035

При расширении ассортимента стоит не забывать, что новые товарные группы могут быть невостребованы на рынке, поэтому предлагается использовать торговую надбавку в 35%, на основании того, что на данном предприятии средняя торговая надбавка что позволит изучить потребительский спрос на данную категорию товаров

В результате внедрения данной рекомендации валовая прибыль при прочих равных условиях возрастет на 786,85 тыс. руб., оборот розничной торговли планируется увеличить с учетом данной рекомендации на 3035 тыс. руб.

При внедрении нового ассортимента предприятие понесет расходы, которые связаны с данным мероприятием.

Рассчитаем сумму условно-переменных издержек обращения

$$ИО_{\text{усл.-пер.план.}} = \frac{ОРТ_{\text{план.}} \times У_{\text{ИО усл.-пер.}}}{100} = \frac{3035 \times 8,4}{100} = 254,94 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, общая сумма условно-переменных издержек обращения от внедрения данной рекомендации увеличится на 254,94 тыс. руб.

2. Расходы на рекламу: разместить рекламу на местных каналах (на канале "NotaBene", "Русское радио", "Дорожное радио" пакет: не менее 5 дней строки и 5 дней радио). Стоимость размещения объявления в бегущей строке с баннером и на радио - 980 руб./день. Для поддержания спроса на товар объявление следует подавать 1 раз в месяц на 5 дней, за год 12 раз или 60 дней. Расходы на рекламу составят 58,8 тыс. руб. (980x60).

Таким образом, расходы торгового предприятия ООО «Атриум» составят 58,8 тыс. руб.

На основе расчета ожидаемого прироста оборота розничной торговли методом экспертных оценок, проведенного ассоциацией коммуникационных агентств России по республике Хакасия, ожидается увеличение оборота розничной торговли в связи с рекламными мероприятиями на 4%. Данные приведены на сайте <http://www.akarussia.ru/> и в таблице 3.6

Таблица 3.6 – Расчет ожидаемого увеличения оборота розничной торговли на основе экспертных оценок

Эксперты	Ожидаемое увеличение оборота розничной торговли, %	Среднее значение
Независимое агентство «Индекс»	4,8	4%
Многопрофильная негосударственная экспертная организация ООО «Независимая экспертиза»	3,4	
ООО «ГАММА ЭКСПЕРТ»	3,8	

Рассчитаем оборот розничной торговли предприятия с учётом мероприятия:

$$70015 * 4 / 100 = 2800,6 \text{ тыс. руб.}$$

$$70015 + 2800,6 = 72815,6 \text{ тыс. руб.}$$

Валовая прибыль составит: $72815,6 - 51213 = 21602,6$ тыс. руб.

При росте оборота розничной торговли, неизменно будет расти сумма условно-переменных издержек обращения, поэтому необходимо помимо прямых расходов на рекламу рассчитать их увеличение на основании уровня к приросту оборота розничной торговли:

$$ИО_{\text{усл.-пер.план.}} = \frac{ОРТ_{\text{план.}} \times У_{\text{ИОусл.-пер.}}}{100} = \frac{2800,6 \times 8,4}{100} = 235,25 \text{ тыс. руб.}$$

Отсюда общий прирост суммы издержек, связанных с рекламными мероприятиями составит: $235,25 \text{ тыс. руб.} + 58,8 \text{ тыс. руб.} = 294,05 \text{ тыс. руб.}$

Общая сумма издержек составит: $13151 \text{ тыс. руб.} + 294,05 \text{ тыс. руб.} = 13445,05 \text{ тыс. руб.}$

Отсюда прибыль от продаж составит: $21602,6 - 13445,05 = 8157,55 \text{ тыс. руб.}$

Далее проведём расчет показателей деятельности предприятия с учётом рекомендаций.

Таблица 3.7 – Показатели деятельности предприятия с учётом рекомендаций

Показатели	Отчетный год	Мероприятия		Отчетный год с учетом мероприятий	Отклонение (+,-)	Темп изменения, %
		Введение новой товарной группы	Рекламные мероприятия			
Оборот розничной торговли, тыс. руб.	70015	73050	72815,6	75850,6	5835,6	108,33
Себестоимость, тыс. руб.	51213	53461,15	51213	53461,15	2248,15	104,39
Валовая прибыль						
- сумма, тыс. руб.	18802	19587,85	21602,6	22389,45	3587,45	119,08
- уровень, %	26,85	26,81	29,67	29,52	2,67	-

Окончание таблицы 3.7

Издержки обращения						
- сумма, тыс. руб.	13151	13405,94	13445,05	13699,99	548,99	104,17
- уровень, %	18,78	18,35	18,46	18,06	-0,72	-
Прибыль от продаж						
- сумма, тыс. руб.	5651	6181,91	8157,55	8689,46	3038,46	153,77
- рентабельность продаж, %	8,07	8,46	11,19	11,46	3,39	-

При внедрении разработанных мероприятий на предприятии произойдет рост оборота розничной торговли на 8,33% или 5835,6 тыс. руб.

С учетом изменения себестоимости на 2248,15 тыс. руб., или на 4,39%, предприятие получит валовую прибыль в размере 22389,45 тыс. руб., что на 3587,45 тыс. руб., или 19,08% больше показателя отчетного года.

Издержки обращения с учетом мероприятий увеличатся на 548,99 тыс. руб., или на 4,17% и составят 13699,99 тыс. руб.

Так как размер полученной валовой прибыли будет превышать издержки обращения, ООО «Атриум» получит дополнительно 3038,46 тыс. руб. прибыли от продаж, а рентабельность продаж возрастет на 3,39%.

Следовательно, предприятию следует учесть данные рекомендации для улучшения его финансово-хозяйственной деятельности.

Список используемых источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4ч. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ ред. от 23.05.2016. // 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 05.08.200 №117-ФЗ ред. от 05.04.2016, с изм. от 13.04.2016 // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 №197-ФЗ ред. от 05.10.2015. // 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 29.06.2015. // Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
5. Большой экономический словарь: 26500 терминов / под ред. А.Н.Азрилиян. – изд. 7-е, доп. – Москва: Институт новой экономики, 2011. - 1472с.
6. Зимин А. Ф. Экономика предприятия: учеб.пособие для вузов / А. Ф. Зимин, В. М. Тимирьянова. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 286 с.
7. Любушин, Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб.пособие для вузов / Н.П.Лобушин. - 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ, 2008. – 445 с.
8. Иванов, Г.Г. Экономика торгового предприятия / Г.Г. Иванов. – Москва: Академия, 2011. – 320с.
9. Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности : учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования / О.В. Памбухчиянц. 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и Ко, 2012. – 448 с.
10. Раицкий, К.А. Экономика и управление в организациях торговли / К.А. Раицкий. – Москва: Аспект Пресс, 2013. – 492с.
11. Савицкая, Г.В. Экономический анализ : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и

специальностям / Г.В. Савицкая. – 14-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 648 с.

12. Скляренко В.К. Экономика предприятия : учебник / В.К.Соловьева, В.М.Прудников – Москва: ИНФРА-М, 2010 – 528 с.

13. Соловьева Н.А. Анализ результатов хозяйственно-финансовой деятельности торговых организаций : учеб.пособие / Н.А. Соловьева, Т.А.Цыркунова, Краснояр. гос. торг-экон. ин-т. – Красноярск, 2014. – 96 с.

14. Сулова, Ю.Ю. Экономика предприятия: организационно практические аспекты: практикум / Ю.Ю. Сулова, И.В. Петрученя, Е.В.Белоногова. – Красноярск : СФУ, 2013. – 155с.

15. Терещенко Н. Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия/ Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова: Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – 2-е изд., перераб. И доп. – Красноярск, 2006. – 114с.

16. Чечевицына Л.Н. Экономика организации. Практикум : учеб.пособие для учреждений среднего профессионального образования / Л.Н. Чечевицына, О.Н. Терещенко. – Москва: Процесс, 2014 – 265 с.

17. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / под ред. А. Н. Соломатина. – Санкт - Петербург: Питер, 2010. - 560 с.

18. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: Учебник для вузов.- Санкт - Петербург: Питер,2009.-560 с.:ил.

19. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебное пособие / под.общ. ред. А.Н.Соломатина. – Москва: ИНФРА-М, 2015.-304 с.

20. Экономика организации (предприятия, фирмы): учебник для вузов по направлению "экономика" и экон. специальностям / ред. Б. Н. Чернышев, В. Я. Горфинкель. - Москва: Вузовский учебник, 2011. - 535 с.

21. Экономика предприятий торговли / под ред. Н. Максименко, Е. Шишковой. - Москва: Высшая школа. - 2010. - 544с.

22. Экономика предприятия : учебник для вузов / под.ред. К.А.Раицкого. – 2-е изд.- Москва : Маркетинг, 2014.-696 с.

23. Экономика предприятия (фирмы) : учебник для вузов по экон.

специальностям / Рос.экон. акад. им. Г. В. Плеханова ; ред. О. И. Волков, О. В. Девяткин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2009. - 603 с.

24. Индексы потребительских цен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hakasstat.gks.ru>

25. Описание деятельности ООО «Атриум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mebelatrium.ru>

26. Эффективность рекламной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/>