

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)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций  
(в сфере услуг)»

код и наименование специальности

Планирование валовой прибыли предприятий торговли и оценка перспектив ее  
роста

тема

Научный руководитель \_\_\_\_\_ доцент, канд. экон. наук О.Н. Есина  
подпись, дата

Выпускник \_\_\_\_\_ ЭП 12-13 Е.М. Белоногов  
подпись, дата

Красноярск 2017

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа бакалавра по теме «Планирование валовой прибыли предприятий торговли и оценка перспектив ее роста» содержит 81 страницу текстового документа, 5 приложений, 28 использованных источников, 14 рисунков; 29 таблиц.

**ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, УРОВЕНЬ ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ, УРОВЕНЬ ТОРГОВОЙ НАДБАВКИ, ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ.**

Объект – ип Ворошилова И.А.

Цель: обоснование перспектив роста валовой прибыли торгового предприятия.

Задачи: рассмотреть понятие, сущность, источники формирования валовой прибыли торгового предприятия; раскрыть этапы и методы планирования валовой прибыли торгового предприятия; дать организационно-экономическую характеристику исследуемого торгового предприятия; провести анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли торгового предприятия; провести анализ формирования валовой прибыли исследуемого предприятия и факторов, ее определяющих; провести планирование оборота розничной торговли по общему объему и структуре как основного показателя деятельности торгового предприятия; провести планирование валовой прибыли торгового предприятия, используя различные методы планирования; выявить и экономически обосновать перспективы роста валовой прибыли торгового предприятия.

В работе изучалась динамика оборота розничной торговли и факторов, влияющих на него, динамика валовой прибыли и факторы, влияющие на нее. Основное внимание уделено планированию валовой прибыли торгового предприятия.

Перспективами роста валовой прибыли торгового предприятия ИП Ворошилова И.А. являются: рост оборота розничной торговли; увеличение уровня торговых надбавок на отдельные товарные группы. Таким образом, за счет внедрения указанных мероприятий возможно увеличить план оборота розничной торговли, сумму валовой прибыли. Таким образом, сумма плановой прибыли от продаж с учетом предложенных мероприятий может составить 6232 тыс. руб. при рентабельности продаж – 4,97%. Выполнение плана в полном объеме позволит торговому предприятию увеличить сумму прибыли от продаж по сравнению с отчетным годом на 86,81%, по сравнению с планом на 57,81%, а рентабельность соответственно на 1,94 и 1,66%.

## Оглавление

	стр.
Введение	5
1. Теоретические и методические аспекты планирования валовой прибыли торгового предприятия	7
1.1. Валовая прибыль торгового предприятия: понятие, сущность, источники формирования	7
1.2. Методика планирования валовой прибыли торгового предприятия	15
2. Анализ формирования валовой прибыли торгового предприятия ИП Ворошилова И.А. как основа планирования	23
2.1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия ИП Ворошилова И.А.	23
2.2. Анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли предприятия ИП Ворошилова И.А.	31
2.3. Анализ формирования валовой прибыли торгового предприятия и факторов, ее определяющих	41
3. Планирование валовой прибыли торгового предприятия ИП Ворошилова И.А.	52
3.1. Планирование оборота розничной торговли по общему объему и структуре торгового предприятия ИП Ворошилова И.А.	52
3.2. Планирование валовой прибыли торгового предприятия	60
3.3. Экономическое обоснование перспектив роста валовой прибыли торгового предприятия ИП Ворошилова И.А.	67
Заключение	75
Список используемых источников	79
Приложения	

## Введение

Занятие торговлей, как и любым другим видом коммерческой деятельности, направлено на то, чтобы приносить предпринимателю прибыль. Практически единственным источником прибыли для продавца является разница между ценой, по которой он приобрел товар, и ценой, по которой он его продал. Планирование финансовых результатов деятельности торговых предприятий начинается с анализа и планирования валовой прибыли, так как она является основным источником формирования прибыли от продаж и является добавленной стоимостью, созданной ею. За счет валовой прибыли покрываются затраты (издержки обращения) и образуется прибыль торгового предприятия. Экономический анализ и планирование валовой прибыли позволяет выявить резервы и перспективы роста поступающих средств, а также на этой основе разработать и выполнить экономическое обоснование увеличения доходов от продажи товаров, эффективность их распределения. Таким образом, выбранная тема бакалаврской работы является актуальной в современных условиях хозяйствования.

Целью бакалаврской работы является обоснование перспектив роста валовой прибыли торгового предприятия. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие, сущность, источники формирования валовой прибыли торгового предприятия;
- раскрыть этапы и методы планирования валовой прибыли торгового предприятия;
- дать организационно-экономическую характеристику исследуемого торгового предприятия;
- провести анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли торгового предприятия;
- провести анализ формирования валовой прибыли исследуемого предприятия и факторов, ее определяющих;

- провести планирование оборота розничной торговли по общему объему и структуре как основного показателя деятельности торгового предприятия;
- провести планирование валовой прибыли торгового предприятия, используя различные методы планирования;
- выявить и экономически обосновать перспективы роста валовой прибыли торгового предприятия.

Теоретической основой написания работы являются труды отечественных экономистов по изучаемой теме (Иванов Г.Г., Петрученя И.В., Соломатин А.Н., Сулова Ю.Ю., Терещенко Н.Н. и др.), а также законодательство Российской Федерации и ее структур, данные Росстата Российской Федерации по Красноярскому краю, официальные инструктивно-методические материалы, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование следующих методов анализа (обобщения и аналогии; сравнения, факторного анализа (метод разниц, метод цепных подстановок, метод процентных чисел), группировки и сопоставления, графического изображения данных) и методов планирования: экономико-статистические (по среднегодовым темпам роста, путем выравнивания динамического ряда по скользящей средней, с помощью коэффициента эластичности и др.), экономико-математический метод, метод технико-экономических расчетов и др. Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Предметом исследования в бакалаврской работе выступает валовая прибыль торгового предприятия. Объектом исследования – торговое предприятие ИП Ворошилова И.А.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 81 страницу. Работа иллюстрирована 14 рисунками; 29 таблицами, 5 приложениями. Библиографический список включает в себя 28 источников.

## **1. Теоретические и методические аспекты планирования валовой прибыли торгового предприятия**

### **1.1. Валовая прибыль торгового предприятия: понятие, сущность, источники формирования**

Одним из финансовых результатов хозяйственной деятельности торговых предприятий является размер получаемых ими доходов. Нормативные документы дают доходам следующее определение. В соответствии с ПБУ 9/99 «Доходы организации» доходом является 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) [5].

Налоговый кодекс трактует понятие доходов следующим образом «доход – это экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить» [3].

В зависимости от вида учета (бухгалтерский или налоговый) различается и состав доходов предприятий торговли. Согласно ПБУ 9/99 доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяются на [5]:

– доходы от обычных видов деятельности, представляющие собой выручку от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг. В соответствии с действующим законодательством, доходы от обычных видов деятельности в предприятиях торговли представлены таким показателем, как валовая прибыль;

– прочие доходы, состав которых представлен в прил. А

Основным видом доходов торгового предприятия являются доходы от обычных видов деятельности, представляющие собой сумму реализованных торговых надбавок и характеризующиеся таким показателем, как валовая прибыль (форма №2 «Отчет о финансовых результатах»). По экономической

сущности показатель «валовая прибыль» идентичен показателю «чистый валовый доход» и представляет собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемую как разницa между продажной и покупной стоимостью товаров.

Валовая прибыль – показатель, характеризующий результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи товаров над затратами по их приобретению за определенный период времени [21].

Валовая прибыль представляет собой часть стоимости товаров, продукции и услуг, созданной в торговле и используемой для возмещения издержек и образования прибыли [26].

Валовая прибыль представляет собой разницy между выручкой от реализации товаров, работ, услуг за вычетом косвенных налогов (оборот розничной торговли без налога на добавленную стоимость) и себестоимостью продаж:

$$ВП = P - Cп, \quad 1.1$$

где ВП - валовая прибыль, тыс. руб.,

P – оборот розничной торговли, тыс. руб.,

Cп - себестоимость продаж, тыс. руб. [19]

В форме №2 выделяется показатель «валовая прибыль», представляющей собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемую как разницa 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) [18].

$$СВД = ВП + Дп, \quad 1.2$$

где Дп - сумма прочих поступлений доходов, тыс. руб.;

Одним из основных видов доходов торговых предприятий является валовой доход, который образуется вследствие реализации товаров и услуг и представляет собой показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи

товаров и услуг над затратами по их приобретению за определенный период времени. По своему составу валовые доходы неоднородны. На многих предприятиях торговли наибольший удельный вес в них имеют доходы от реализации товаров. Размер той части валовых доходов, которая образуется от реализации услуг, относительно невелика. Если к величине валового дохода прибавить доходы от реализации основных фондов, имущества и имущественных прав, то полученная величина будет характеризовать валовую прибыль торгового предприятия [15].

Валовая прибыль торгового предприятия в основном образуется за счет торговых надбавок. Торговые надбавки устанавливаются в процентах к ценам, по которым товар закупается у производителей (отпускная цена промышленности) или у посредников (оптовая цена). Торговая надбавка предназначена для возмещения издержек обращения (затрат торговли по реализации товаров) и образования прибыли торгового предприятия. В настоящее время предприятиям торговли независимо от подчиненности и форм собственности предоставлено право самостоятельно устанавливать размеры торговых надбавок при формировании свободных (рыночных) розничных цен на отечественные и импортные товары с учетом их качества, конъюнктуры рынка и сложившегося уровня цен в регионе. Таким образом, размеры максимальной и минимальной торговых надбавок для предприятий торговли не регламентированы.

Торговая надбавка является ценой услуг предприятий торговли по доведению товара до потребителя и его реализации. Ее основные цели состоят в возмещении текущих затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов, направленных на продвижение товара от производителя к потребителю и обеспечении рентабельности реализуемого товара. Достижение поставленных целей зависит от размера торговой надбавки, определяемого как внешними, так и внутренними границами ее формирования [9, 16].

Внешние границы формирования торговой надбавки обусловлены складывающейся конъюнктурой на потребительском рынке. Нижний предел



формирования торговой надбавки зависит от цены оптового предложения производителей и оптовых посредников. Эти цены в определенной степени подвижны, так как в процессе совершения коммерческих сделок изменяются. Верхним пределом формирования торговой надбавки являются цены спроса покупателей товара, которые в такой же степени меняются в зависимости от уровня торгового обслуживания, условий оплаты и других факторов [9].

Внутренние границы формирования возможного диапазона торговой надбавки обусловлены ее структурой, характеризующейся двумя основными элементами, которые показаны на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 - Структура торговой надбавки торгового предприятия

Соотношение этих элементов в цене товара может варьироваться. Так снижение уровня издержек может быть обеспечено за счет роста объема продажи товаров (продукции), изыскания резервов экономии [79].

Торговые надбавки самостоятельно устанавливаются торговым предприятием и представляют собой плату за торговые услуги, оказываемые покупателям. Поэтому можно сказать, что сумма валовой прибыли есть оценка стоимостных услуг. По различным товарам величина торговых надбавок неодинакова.

Размер торговой надбавки зависит от следующих факторов, представленных на рис. 1.2. [28].

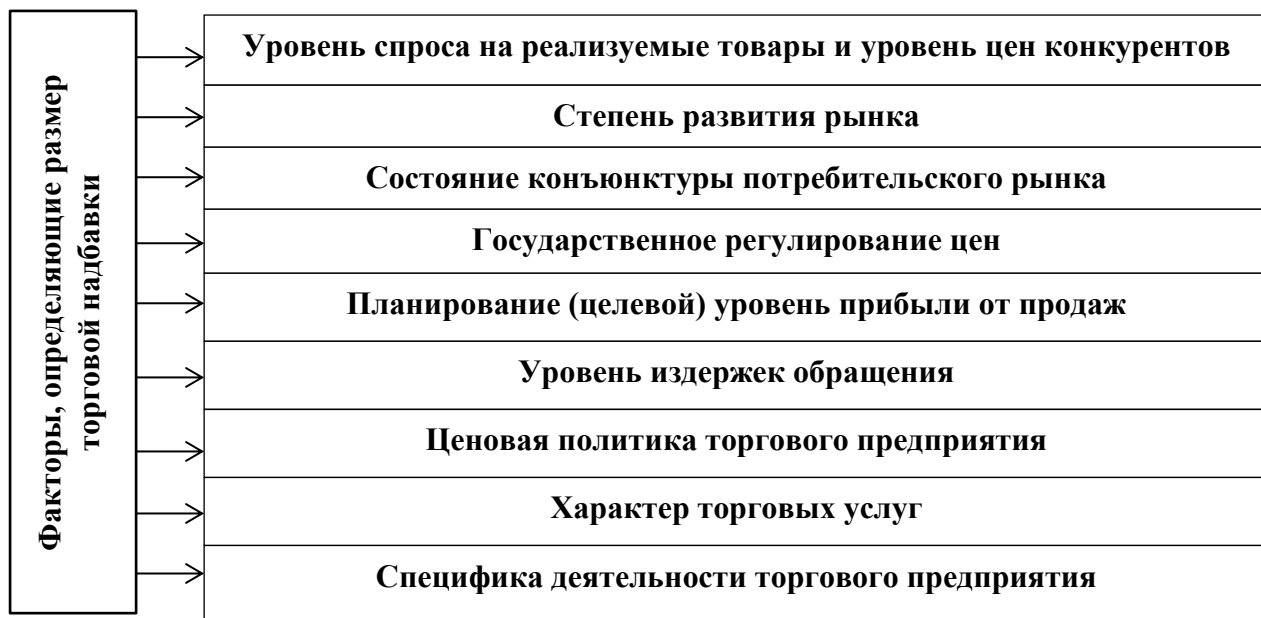


Рисунок 1.2 - Факторы, определяющие уровень торговых надбавок на предприятиях торговли [составлено по 28]

Она дифференцирует по товарам, прежде всего, в зависимости от спроса и предложения, что характеризует рыночный подход к формированию торговых надбавок и от издержкостоемкости реализации товаров, которая положена в основу формирования торговых надбавок при затратном подходе. Затратный подход наиболее применим для товаров, реализуемых в условиях незначительной конкуренции, когда предприятие относительно свободно в установлении размера торговой надбавки:

$$U_{тн} = U_{ио} + R_{пр}, \quad 1.3$$

где  $U_{тн}$  – уровень торговой надбавки, %;

$U_{ио}$  – уровень издержек обращения, %;

$R_{пр}$  – рентабельность продаж, %.

При рыночном подходе предприятие должно наряду с издержкостоемкостью учитывать множество факторов, связанных с конъюнктурой как товарного предложения, так и покупательского спроса; с уровнем обслуживания покупателей; с величиной цен на аналогичные товары и степенью развития конкуренции:

$$ТН = Ц_{роз} - Ц_{пок}, \quad 1.4$$

где  $ТН$  – торговая надбавка, руб;

Цроз, Цпок – соответственно розничная и покупная цена товара, руб.

Именно рыночный подход позволяет торговому предприятию устанавливать конкурентоспособную цену и реализовывать товар, тем самым возместить затраты на закупку и реализацию товаров и получить прибыль. Определенная таким образом торговая надбавка является верхней её границей, за пределами которой товар становится неконкурентоспособным по цене. Нижней границей размера торговой надбавки является величина издержек обращения. Если торговые надбавки не способны покрыть издержки обращения, реализация товаров становится убыточной. Отсюда вытекает, что размер торговой надбавки должен быть достаточным для покрытия издержек обращения, уплаты налогов и получения прибыли. Только в этом случае предприятие способно:

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

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

- обеспечить самофинансирование, то есть возможность направлять средства на дальнейшее развитие материально-технической базы, пополнение собственных оборотных средств и решение социальных проблем коллектива за счет прибыли, остающейся у предприятия [28].

Основными способами расчетов валовой прибыли могут являться [17, 21]:

1. *Способ «по общему объему оборота розничной торговли».* 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:

$$ВП = \frac{\sum P_{рц_{всего}} \times У_{ТН_{всего}}}{100 + У_{ТН_{всего}}}, \quad 1.5$$

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

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

$У_{тн_{всего}}$  – уровень средней торговой надбавки в целом по предприятию, %.

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

$$ВП = \frac{\sum P_{рц_i} \times У_{ТН_i}}{100 + У_{ТН_i}}, \quad 1.6$$

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

$У_{тн_i}$  – 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):

$$ВП = \frac{P_{рц_{всего}} \times П}{100}, \quad 1.7$$

где  $П$  – средний уровень реализованных торговых надбавок, %;

4. Расчет суммы реализованных торговых надбавок с помощью среднего уровня реализованных торговых надбавок по товарным группам (уровня валовой прибыли):

$$\sum ТН_p = \frac{\sum P_{рц_i} \times У_{ТН_{p_i}}}{100}, \quad 1.8$$

где  $У_{тн_{p_i}}$  – уровень реализованной торговой надбавки по  $i$ -ой товарной группе, %.

5. Определение общей суммы валовой прибыли торгового предприятия как разницы между выручкой от реализации товаров (работ, услуг) и себестоимостью продажи товаров.

Конкретный метод расчета валовой прибыли торговое предприятие выбирает, исходя из наличия необходимой для расчета информации и действующего на предприятии порядка учета и анализа оборота розничной торговли. Устанавливать фиксированный уровень надбавки на длительный срок нецелесообразно, так как изменение конъюнктуры потребительского рынка и конкурентного окружения приводят к колебанию рыночных цен, что должно найти отражение в их уровне. В конечном итоге, их обоснование сводится к установлению дифференцированных надбавок и их увязке с объемом реализации с целью получения максимального размера валовой прибыли [21].

Значение валовой прибыли в деятельности предприятий велико. Валовая прибыль торгового предприятия является его финансовой базой, обеспечивающей решение трех важнейших задач [11]:

1. Основная часть валовой прибыли торгового предприятия является источником возмещения всех текущих затрат (издержек обращения), связанных с осуществлением его хозяйственной деятельности. Реализация этой задачи обеспечивает самоокупаемость текущей хозяйственной деятельности торгового предприятия.

2. Часть валовой прибыли 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 валовой прибыли торгового предприятия является источником формирования прибыли от продаж. Реализация этой задачи обеспечивает самофинансирование развития торгового предприятия в предстоящем периоде.

Далее рассмотрим методику планирования валовой прибыли торгового предприятия в современных условиях.

## **1.2. Методика планирования валовой прибыли торгового предприятия**

В ходе работы торгового предприятия большое внимание должно уделяться планированию валовой прибыли, проводимому в определенной последовательности, что обеспечит эффективность управления деятельностью предприятия. Осуществление планирования валовой прибыли предприятия торговли целесообразно проводить по трем этапам: подготовительный, основной, заключительный (рис. 1.3).

*Подготовительный этап.* При проведении планирования валовой прибыли торгового предприятия первоначально определяются цели и основные задачи планирования. Целью планирования является экономическое обоснование необходимого размера валовой прибыли, а также перспектив ее роста на основе комплексной оценки [21]. В соответствии с поставленной целью при планировании валовой прибыли торгового предприятия ставятся следующие задачи: изучение экономических предпосылок планирования; планирование валовой прибыли торгового предприятия с использованием различных методов; определение перспектив роста валовой прибыли и разработка мероприятий по повышению доходности [17].

Предметом планирования является валовая прибыль торгового предприятия, а объектом анализа выступает конкретное предприятие.

Важным направлением планирования валовой прибыли торгового предприятия является изучение экономических предпосылок, основными из которых являются следующие:

- а. изучение законодательных, нормативных документов по вопросам учета;



Рисунок 1.3 – Этапы планирования валовой прибыли торгового предприятия [21, 24]

б. степень развития рынка потребительских товаров и оценка его конъюнктуры;

в. оценка стратегии и тактики деятельности торгового предприятия на потребительском рынке;

г. анализ основных показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет, оказывающих влияние на формирование и распределение валовой прибыли (оборота розничной торговли, уровня и суммы издержек обращения и т. п.)

д. планирование показателей, формирующих валовую прибыль торгового предприятия (оборота розничной торговли по общему объему и структуре, уровня торговых надбавок и т.п.).

*Основной этап.* Первоначально определяются и выбираются методы планирования валовой прибыли. При планировании валовой прибыли могут быть использованы как количественные, так и качественные методы (рис. 1.4)

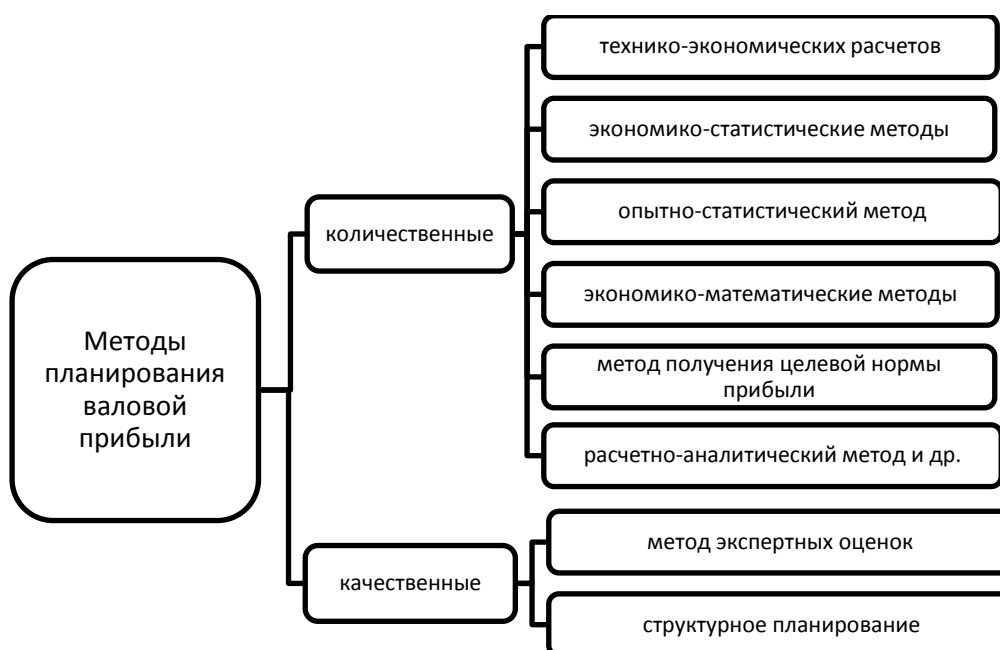


Рисунок 1.4 – Методы планирования валовой прибыли торгового предприятия [24]

Рассмотрим методы, которые будут применены в 3 гл. бакалаврской работы.

*Метод технико-экономических расчетов* применяется в трех вариантах, при которых базовыми показателями расчета являются [27, 28]:

- 1) средний уровень торговой надбавки;
- 2) средний уровень валовой прибыли;
- 3) фактический объем закупки товаров с их поставкой в планируемом периоде.

Характеристика этих вариантов представлена в табл. 1.1.

Таблица 1.1 – Характеристика метода технико-экономических расчетов

Базовый показатель	Характеристика
средний уровень торговой надбавки	При определении плановой суммы валовой прибыли используется показатель объема закупки товаров на будущий год, определение среднего уровня торговой надбавки на плановый период может производиться: а. на основе сложившегося среднего уровня в предплановом периоде, скорректированного с учетом разработанной ценовой политики;



Базовый показатель	Характеристика
	<p>б. на основе уровней торговых надбавок по группам товаров с различной целевой ориентацией ценовой политики и доли этих групп в плановом объеме закупок.</p> <p>При ориентации ценовой политики на покупателя базовым элементом расчета уровней торговой надбавки выступает уровень цены товара приемлемый для соответствующих категорий покупателей; на текущие затраты – сумма издержек, приходящихся на единицу товара; на прибыль – целевой уровень рентабельности издержек</p> <p>При расчетах используются формулы:</p> $ВП = \frac{ОЗ \times \bar{У}_{ТН}}{100} \quad \text{или} \quad ВП = \frac{\sum_{i=1}^n (ОЗ \times У_{ТН})}{100},$ <p>где ОЗ – объем закупки товаров с их поставкой в плановом периоде (в покупных ценах), тыс. руб.</p>
средний уровень валовой прибыли	<p>При определении плановой суммы валовой прибыли применяют результаты анализа ее динамики в предплановом периоде, скорректированные с учетом предстоящих изменений факторов, влияющих на средний уровень валовой прибыли (состава и структуры оборота розничной торговли, уровня торговой надбавки, звенности товародвижения и т.п.). В этом случае расчет плановой суммы валовой прибыли будет производиться по формуле:</p> $ВП = \frac{Р_{пл} \times \bar{У}_{ВП}}{100},$ <p>где Р<sub>пл</sub> – плановый объем оборота розничной торговли, тыс. руб.;</p> <p><math>\bar{У}_{ВП}</math> – средний уровень валовой прибыли в предплановом периоде, скорректированный с учетом предстоящих изменений факторов, ее определяющих, %</p>
фактический объем закупки товаров с их поставкой в планируемом периоде	<p>Используется на предприятиях с небольшим количеством источников поступления товаров и при условии заключения договоров поставки. Планируемая сумма валовой прибыли будет определяться по формуле:</p> $ВП = П - ОЗ - ТНз,$ <p>где П – плановый объем поступления товаров (в розничных ценах), тыс. руб.;</p> <p>ОЗ – фактический объем закупки товаров с их поставкой в плановом периоде (в ценах закупки), тыс. руб.;</p> <p>ТНз – сумма торговых надбавок на предусматриваемый объем прироста товарных запасов в плановом периоде, тыс. руб.</p>

*Экономико-статистические методы.* Данная группа методов используется на предприятиях, работающих стабильно в течение нескольких лет. Среди экономико-статистических методов для планирования валовой прибыли могут применяться [24, 25, 27, 28]:

– выравнивание динамического ряда по скользящей средней. В качестве динамического ряда выступает средний уровень торговой надбавки или уровень валовой прибыли за ряд лет (минимум 3 года). Суть метода

заключается в построении динамического ряда и его выравнивании через 2 или 3 шага по скользящей средней. При этом каждому значению в динамическом ряду присваивается условное обозначение  $K$ . после выравнивания динамического ряда по скользящей средней находится среднее изменение уровня валовой прибыли за анализируемый период (формула 1.9) и рассчитывается планируемый уровень валовой прибыли (формула 1.10):

$$\Delta \bar{K} = \frac{\bar{K}_m - \bar{K}_1}{m - 1} \quad (1.9)$$

$$K_{пл} = K_n + \Delta \bar{K} \quad (1.10)$$

Тогда планируемая сумма валовой прибыли будет находится по формуле:

$$ВП_{пл} = \frac{R_{пл} \times K_{пл}}{100} \quad (1.11)$$

– по среднему уровню валовой прибыли за ряд лет. Средний уровень валовой прибыли определяется по средней арифметической простой:

$$\bar{У}_{ВП} = \frac{У_{ВП_1} + У_{ВП_2} + \dots + У_{ВП_n}}{n} \quad (1.12)$$

Тогда планируемая сумма валовой прибыли будет находится по формуле:

$$ВП_{пл} = \frac{R_{пл} \times \bar{У}_{ВП}}{100} \quad (1.13)$$

– с помощью коэффициента эластичности, отражающий изменение суммы валовой прибыли в зависимости от изменения оборота розничной торговли:

$$K_{эл} = \frac{ВП_{отч} - ВП_{пр}}{ВП_{пр}} \div \frac{R_{отч} - R_{пр}}{R_{пр}} \quad (1.14)$$

где  $ВП_{пр}$ ,  $ВП_{отч}$  – валовая прибыль торгового предприятия соответственно прошлого и отчетного года, тыс. руб.;

$R_{пр}$ ,  $R_{отч}$  – оборот розничной торговли соответственно прошлого и отчетного года, тыс. руб.;

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов изменится валовая прибыль при изменении оборота розничной торговли на 1%. Таким образом, плановая величина валовой прибыли будет определяться по формуле:

$$ВП_{пл} = ВП_{отч} \times \left( \frac{100 + Т_{пр}_{пл} \times К_{эл}}{100} \right) \quad (1.14)$$

*Экономико-математические методы.* Применение экономико-математических методов основано на построении и использовании многофакторной модели:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n \quad (1.15)$$

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

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

$x_1, x_2, \dots, x_n$  – факторы, определяющие изменение величины валовой прибыли.

В качестве основных факторы могут выступать объем и структура оборота розничной торговли, доля отдельных товарных групп, уровень издержек обращения, рентабельность продаж, индекс цен, временной фактор и т.д.

*Метод получения целевой нормы прибыли.* Данный метод позволяет увязать планируемую сумму доходов с потребностью в средствах для самофинансирования развития предприятия в предстоящем году. Базовым показателем выступает целевая сумма чистой прибыли. Последовательность расчета валовой прибыли на основе целевой чистой прибыли представлена на рис. 1.5 [28].

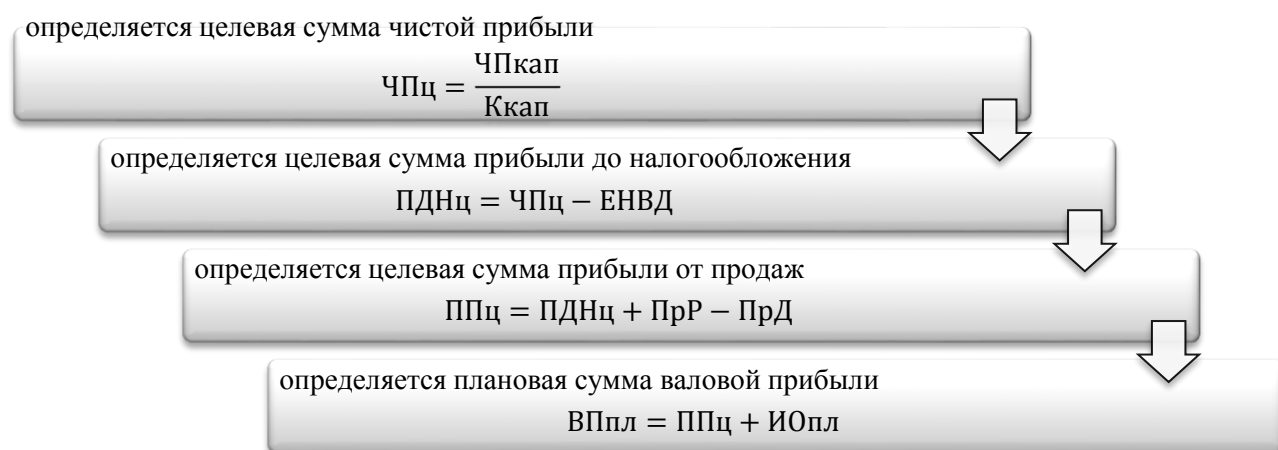


Рисунок 1.5 – Последовательность расчета плановой величины валовой прибыли на основе целевой чистой прибыли [составлено по 28]

*Расчетно-аналитический метод.* Сущность метода заключается в определении планируемого среднего уровня валовой прибыли на основе изучения и анализа динамики их уровня за ряд предшествующих лет. Расчет планового уровня валовой прибыли ведется по формуле:

$$УВП_{пл} = УВП_{отч} + \frac{УВП_{отч} - УВП_{баз}}{n - 1} \quad (1.16)$$

где  $УВП_{отч}$  – уровень валовой прибыли отчетного (предпланового) года, %;

$УВП_{баз}$  – уровень валовой прибыли базисного года (первого года в динамическом ряду), %;

$n$  – количество лет в динамическом ряду, годы.

Тогда планируемая сумма валовой прибыли будет находится по формуле:

$$ВП_{пл} = \frac{Р_{пл} \times УВП_{пл}}{100} \quad (1.17)$$

На последнем этапе процесса планирования валовой прибыли определяются перспективы роста и осуществляется разработка системы мероприятий по обеспечению выполнения плана.

Выявление резервов роста доходов торгового предприятия целесообразно осуществлять по трем направлениям: рост оборота розничной торговли, снижение себестоимости продаж, которая наряду с объемом оборота влияет на доходы от основного вида деятельности, и рост и оптимизация торговых надбавок – основного источника формирования валовой прибыли (рис. 1.6).

К неиспользованным возможностям относятся сумма и уровень валовой прибыли за счет факторов, имеющих отрицательные значения и зависящих от деятельности предприятий (снижение объема оборота розничной торговли в сопоставимых ценах, увеличение доли продажи мелким оптом в рознице, рост объемов закупки товаров через оптовых посредников и т.д.).

В настоящее время разработка рекомендаций по всем трем направлениям актуальна и позволяет предприятиям торговли в небольшие сроки существенно увеличить доходы от основного вида деятельности [17, 27].

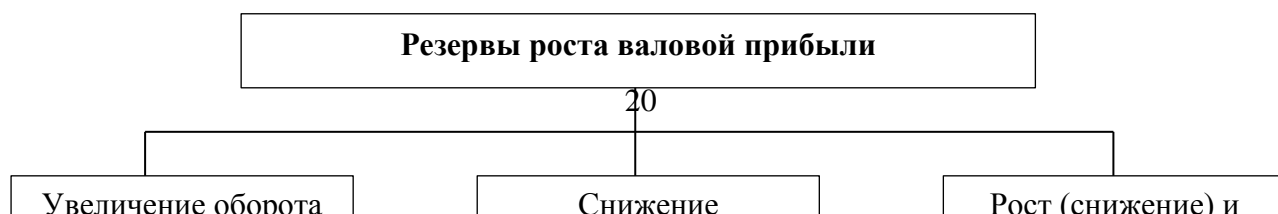


Рисунок 1.6 – Резервы роста валовой прибыли торгового предприятия [17, 27]

Рассмотрев методические основы планирования валовой прибыли предприятия торговли, проведем анализ формирования валовой прибыли торгового предприятия ИП Ворошилова И.А. как основы планирования.

## Заключение

Выполненная в соответствии с поставленными задачами выпускная квалификационная работа бакалавра позволяет сделать следующие общие выводы.

За последние шесть лет оборот розничной торговли стабильно растет как в действующих, так и в сопоставимых ценах, при этом наблюдается равномерное развитие оборота по кварталам анализируемого периода. Структура оборота розничной торговли является относительно стабильной и изменяется в динамике незначительно. Факторный анализ оборота розничной торговли показал, что общий прирост реализации был обеспечен ростом цен, физических продаж, производительности труда работников, товарных запасов на начало года и поступления товаров. В целом деятельность предприятия по управлению оборотом розничной торговли можно признать удовлетворительной.

Анализ валовой прибыли торгового предприятия показал, что за последние шесть лет сумма валовой прибыли увеличивалась от года к году и в целом за анализируемый период увеличение составило около 50%. По отношению к предыдущему году наибольший прирост наблюдался в 2015 году, что связано со значительным увеличением уровня торговых надбавок и соответственно уровнем валовой прибыли. Наименьший прирост валовой прибыли наблюдался в 2013 году из-за снижения уровня торговых надбавок, что привело к снижению уровня валовой прибыли, данная мера была вынужденной, это обеспечило конкурентоспособность цен.

Факторный анализ выявил, что наибольшее влияние на увеличение валовой прибыли за анализируемый период оказал рост оборота розничной торговли, в том числе на 64,3% за счет роста цен и на 35,7% за счет физического объема продаж. Отметим, что положительное влияние на динамику суммы реализованных торговых надбавок оказал также уровень валовой прибыли: его прирост обусловил увеличение суммы валовой прибыли на 592,9 тыс. руб.,

данное увеличение было связано только с ростом уровня валовой прибыли по отдельным товарным группам, что оценивается с положительной стороны.

Таким образом, основное влияние на увеличение суммы валовой прибыли в отчетном году оказал экстенсивный фактор – рост объема оборота розничной торговли, что положительно характеризует деятельность торгового предприятия.

Анализ валовой прибыли является предпосылкой ее планирования на будущий период. Для определения валовой прибыли на будущий год в работе был спланирован размер оборота розничной торговли по общему объему и товарным группам несколькими методами и был выбран оптимальный вариант, соответствующий стратегии деятельности предприятия на потребительском рынке, имеющимся возможностям и ресурсам торгового предприятия ИП Ворошилова И.А. Наиболее оптимальным вариантом, с учетом указанных допущений является величина, полученная экономико-статистическим методом, так как она сохраняет тенденцию развития оборота розничной торговли, предполагает дальнейший рост физического объема продаж, может привести к росту маржинальной прибыли. На будущий год был выбран оборот розничной торговли по товарным группам полученный с помощью коэффициента эластичности, так как он учитывает изменение спроса по каждой товарной группе и влияние общей величины оборота на их изменение.

Для торгового предприятия ИП Ворошилова И.А. важнейшим является доход от реализации товаров, выраженный суммой реализованных торговых надбавок, то есть валовая прибыль. Наименьшая плановая величина валовой прибыли получена при расчете экономико-статистическим методом с использованием расчета среднего уровня валовой прибыли по средней арифметической простой, а наибольший размер запланированной валовой прибыли был получен при расчете с помощью коэффициента эластичности. В целом проведенное планирование валовой прибыли показало несущественное различие в рассчитанных проектах плана. За основу дальнейших расчетов выберем плановый размер валовой прибыли, полученный методом технико-

экономических расчетов, так как он является наиболее точным, учитывает изменения в структуре оборота розничной торговли и уровнях торговых надбавок по каждой товарной группе.

Выявление перспектив роста валовой прибыли торгового предприятия ИП Ворошилова И.А. осуществим по двум направлениям: рост оборота розничной торговли; увеличение уровня торговых надбавок на отдельные товарные группы:

1. введение новой товарной группы «Обувь». Для более полного удовлетворения спроса предлагается ввести в отдел мужской и женской одежды товарную группу обувь. Поставщиком товарной группы будет ООО «Арника» г. Москва. Уровень торговой надбавки на весь ассортимент составит 55%, что покроет все расходы и позволит получить прибыль от продажи. Объем закупки составит 3677 тыс. руб., сумма валовой прибыли составит 2023 тыс. руб., сумма издержек обращения – 140 тыс. руб. прибыль от продаж – 1883 тыс. руб.

2. увеличение уровня торговых надбавок в отделе детской одежды на детскую одежду и обувь. Товар, который продается в ИП Ворошилова И.А. относится к категории элитных, его приобретение подчеркивает социальную значимость (статусность) того, кто может себе это позволить, поэтому предлагается повысить уровень торговой надбавки на 5%, при этом сработает эффект Веблена, то есть демонстративное потребление, которое возникает при потреблении благ, недоступных для большинства обычных потребителей в связи с их высокой ценой. При таком эффекте наблюдается прямая зависимость: повышение цены на товар приводит к повышению уровня его потребления. Рост уровня торговой надбавки на 5% приведет к увеличению розничной цены на 3%, что в суммовом выражении будет незначительной величиной (в пределах 1000 руб.). Увеличение уровня торговой надбавки приведет к росту валовой прибыли и оборота розничной торговли на 466 тыс. руб., при этом расходы увеличатся лишь на 5 тыс. руб. (за счет увеличения



фонда заработной платы и страховых отчислений). Таким образом, прибыль от продаж составит 461 тыс. руб.

Таким образом, за счет внедрения указанных мероприятий план оборота розничной торговли возможно увеличить до 125345 тыс. руб., эта величина больше отчетного года на 14% и больше плана на 5,17%, что оценивается с положительной стороны и свидетельствует о перспективах роста других показателей. Предложенные мероприятия позволят увеличить сумму валовой прибыли на 2489 тыс. руб. или 6,03%, что в свою очередь приведет к росту уровня валовой прибыли в целом по предприятию и положительно отразится на прибыли от продаж. Несмотря на рост оборота розничной торговли и валовой прибыли при внедрении рекомендаций предприятие понесет определенные затраты, сумма которых в совокупности составит 145 тыс. руб., то есть по сравнению с отчетным годом сумма издержек обращения увеличится на 7,86%, а по сравнению с планом лишь на 0,39%. Это положительно отразится на динамике уровня издержек обращения, который предполагается сократить до 29,88% к обороту розничной торговли.

Таким образом, сумма плановой прибыли от продаж с учетом предложенных мероприятий может составить 6293 тыс. руб. при рентабельности продаж – 5,02%. Выполнение плана в полном объеме позволит торговому предприятию увеличить сумму прибыли от продаж по сравнению с отчетным годом на 88,64%, по сравнению с планом на 59,36%, а рентабельность соответственно на 1,99 и 1,71%.

## Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации [Текст] : текст с изменениями и дополнениями на 2016 год. – Москва : ЭКСМО, 2016. – 31 с.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ ред. от 28.03.2017 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации: в 2 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 05.08.2000 №117-ФЗ ред. от 03.04.2017 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
4. Трудовой Кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.12.2001 г. №197-ФЗ ред. от 31.12.2014 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.05.1999 № 32н ред. от 06.04.2015 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
6. Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью предприятий [Электронный ресурс]: приказ Росстата от 11.08.2016 г № 414 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
7. Арзуманова Т. И. Экономика организации [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – Москва : Дашков и К, 2014. - 240 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=430313>

8. Баженов Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли [Текст] : учебное пособие / Ю. К. Баженов, Г. Г. Иванов. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2014. – 96 с.
9. Батраева Э.А. Ценообразование на предприятии торговли: учеб. пособие/ Э.А. Батраева; Краснояр. гос. ун-т. – Красноярск, 2005 – 128 с.
10. Валевиц Р.П. Экономика торговой организации: учеб. пособие / Р.П. Валевиц, Г.А. Давыдова. – Минск: БГЭУ, 2008. – 371 с.
11. Иванов Г.Г. Экономика организации (торговля): учебник/ Г.Г. Иванов. – Москва: Издательский Дом "ФОРУМ" ; Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012. - 352 с.
12. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник / Л. И. Кравченко. – 10-е изд., испр. – Минск: Новое знание, 2009. – 512 с.
13. Лебедева С.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / С.Н.Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков. – Минск: Новое знание, 2007. - 248 с.
14. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / Д.В. Лысенко. – Москва : ИНФРА-М, 2008. – 320 с.
15. Лысенко Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко, Э.Х. Таипова. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 416 с.
16. Маховикова, Г.А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика [Текст] : учебник / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская ; Санкт-Петербург. гос. эконом. ун-т. – Москва : Юрайт, 2014. – 231 с.
17. Петрученя И.В. Доходы предприятия торговли: текст лекции / И.В.Петрученя; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2009. – 49 с.
18. Планирование на предприятии торговли [Текст]: учеб-метод. материалы к изучению дисциплины / Е.В. Белоногова, О.Н. Есина. –

Красноярск: СФУ, 2016. – Режим доступа: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=9333>

19. Семенова Е.Г. Основы эконометрического анализа: учеб. Пособие / Е.Г. Семенова, М.С. Смирнова; ГУАП. – Санкт-Петербург, 2006. – 72 с.

20. Скамай Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник/ Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 378 с.

21. Сулова Ю.Ю. Доходы предприятия торговли: учебное пособие / Ю.Ю. Сулова, Н. Н. Терещенко. – Москва: ИНФРА-М, 2014. - 135 с.

22. Сулова Ю.Ю. Прибыль предприятия: учебное пособие для студентов вузов / Ю. Ю Сулова, Н. Н. Терещенко. – Красноярск : СФУ, 2014. - 119 с.

23. Терещенко Н.Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия : учеб. пособие / Н.Н. Терещенко, О.Н. Емельянова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2006. – 114с.

24. Терещенко Н. Н. Планирование на предприятии торговли [Текст] : учеб. пособие / Н. Н. Терещенко ; Федер. агентство по образованию, Краснояр. гос. торгово-эконом. ин-т. - Москва : МАКС Пресс, 2005. – 295 с.

25. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник/ А.М. Фридман. - 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К, 2015. – 655 с

26. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учебное пособие / Чернов В.А.; под ред. Баканов М.И., - 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 639 с.

27. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учеб. пособие/ под ред. Т.И. Николаевой и Н.Р. Егоровой.- 3-е изд. – М.: КНОРУС, 2009. -400с.

28. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / под ред. А. Н. Соломатина. - СПб.: Питер, 2009. - 560 с.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

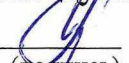
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Ю.Л. Александров  
(подпись) (инициалы, фамилия)

« 10 » 06 2017 г.

### БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций  
(в сфере услуг)»

код и наименование специальности

Планирование валовой прибыли предприятий торговли и оценка перспектив ее  
роста  
тема

Научный руководитель

  
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук О.Н. Есина

Выпускник

  
подпись, дата

ЭП 12-13

Е.М. Белоногов

Красноярск 2017