

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)

« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

Валовой доход предприятия торговли: анализ и экономическое обоснование резервов роста

Научный руководитель _____
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук
должность, ученая степень

Э.А. Батраева
инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

ЭУ14-01Б-ЭП
группа

А.С. Монгуш
инициалы, фамилия

Красноярск 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические аспекты формирования и методические основы анализа валового дохода торгового предприятия.....	5
1.1 Роль и значение валового дохода предприятия торговли, факторы, влияющие на него в современных условиях	5
1.2 Формирование и использование валового дохода предприятия торговли	10
1.3 Методика анализа валового дохода предприятия торговли и резервы его роста	17
2 Анализ основных показателей, влияющих на формирование валового дохода предприятия ООО «АЛМАКОР и К».....	24
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия ООО «АЛМАКОР и К».....	24
2.2 Анализ динамики состава и структуры оптового оборота торгового предприятия ООО «АЛМАКОР и К» и системы ценообразования	32
3 Оценка формирования валового дохода предприятия ООО «АЛМАКОР и К»	41
3.1 Общий и факторный анализ формирования валового дохода торгового предприятия ООО «АЛМАКОР и К».....	41
3.2 Оценка доходности деятельности предприятия и распределение валового дохода	52
3.3 Экономическое обоснование резервов увеличения валового дохода торгового предприятия.....	56
Заключение	61
Список использованной литературы	63
Приложения.....	66

ВВЕДЕНИЕ

Основным видом доходов предприятий торговли является доход от обычных видов деятельности, в торговле – от реализации товаров: это сумма реализованных торговых надбавок, представленная таким показателем, как валовой доход [12].

Любое хозяйственное или финансовое решение, принимаемое в условиях риска, требует тщательного изучения, анализа и оценки валового дохода, так как он формирует его финансовую базу, являясь основным источником самофинансирования. От размера валового дохода предприятия и источников ее получения, зависит размер получаемой прибыли, а также эффективность развития предприятия, поэтому основной целью любой коммерческой организации является поиск возможных резервов увеличения валового дохода. Именно этим объясняется актуальность темы выпускной квалификационной работы [24].

Целью данной выпускной квалификационной работы является экономическое обоснование резервов роста валового дохода на основе анализа его формирования.

Для реализации поставленной цели были решены следующие задачи:

- рассмотрены теоретические аспекты формирования и методические основы анализа валового дохода;
- дана краткая организационно-экономическая характеристика исследуемого предприятия;
- осуществлён анализ динамики состава и структуры оптового оборота исследуемого предприятия, а также системы его ценообразования;
- выполнен общий и факторный анализ валового дохода торгового предприятия;
- проведена оценка доходности деятельности исследуемого предприятия;
- дано экономическое обоснование резервов увеличения валового дохода исследуемого предприятия.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы являются законодательные акты РФ, официально-нормативные документы, данные Госткомстата РФ по Красноярскому краю, работы отечественных экономистов по вопросам исследуемой темы (Баженов Ю.К., Баканов М.И., Губина О.В., Дягель О.Ю. и др.), учебники и учебные пособия таких авторов как: Батраева Э.А., Петрученя И.В., Соломатин А.Н., Сулова Ю.Ю., материалы собственного исследования.

Методической основой написания выпускной квалификационной работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа: группировки и сравнения, обобщения, коэффициентного, структурного анализа, расчёта относительных и средних величин, метода абсолютных разниц, цепных подстановок, графического изображения данных.

Предметом исследования является валовой доход торгового предприятия ООО «АЛМАКОР и К» и экономическое обоснование резервов их роста.

Объектом исследования является ООО «АЛМАКОР и К» г. Красноярска.

Выпускная квалификационная работа включает в себя введение, три главы, заключение и список литературы. Общий объем работы 73 страниц.

Выпускная квалификационная работа иллюстрирована 10 рисунками, 31 таблицами, 6 приложениями. Список используемых источников включает 30 источников.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ВАЛОВОГО ДОХОДА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Роль и значение валового дохода предприятия торговли, факторы, влияющие на него в современных условиях

Валовой доход является одним из элементов получаемых предприятием доходов, поэтому необходимо изучить, что собой представляют доходы торгового предприятия .

Доходы формируют исходную финансовую базу деятельности торгового предприятия, являются источником получения прибыли – конечной целью и движущим мотивом развития предприятия, источником формирования его собственных финансовых ресурсов. Доходы несут функцию возмещения стоимости приобретённых товаров, компенсации затрат, связанных с обращением товаров и образования прибыли [19].

Категорию «доходы» следует рассматривать с двух точек зрения: с точки зрения бухгалтерского учёта и с точки зрения налогового учёта. Сравнительная характеристика принципов определения доходов представлена в таблице 1.1 [2,3].

Таблица 1.1 - Сравнительная характеристика определения принципов доходов в налоговом и бухгалтерском учёте

Вид учёта	Источник	Понятие «доходы»	Не признаются доходами
Налоговый учёт	Ст. 41 НК РФ	Экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае ее оценки и в той мере, в которой выгоду можно оценить	Получение имущества его фактическим владельцем от номинального владельца, если такое имущество и его номинальный владелец указаны в специальной декларации, представленной в соответствии с Федеральным законом "О добровольном декларировании физическими лицами активов и счетов (вкладов) в банках и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"

Окончание таблицы 1.1

Вид учёта	Источник	Понятие «доходы»	Не признаются доходами
Бухгалтерский учёт	ПБУ 9/99	Увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящих к росту капитала организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества)	Поступления от других юридических и физических лиц: 1) сумм налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей; 2) по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.; 3) в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, работ, услуг; 4) авансов в счёт оплаты продукции, товаров, работ, услуг; 5) задатка; 6) в залог, если договором предусмотрена передача заложенного имущества залогодержателю; 7) в погашение кредита, займа, предоставленного заёмщику.

В бухгалтерском учёте все доходы классифицируются в соответствии с требованиями ПБУ 9/99 на доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы (рисунок 1).

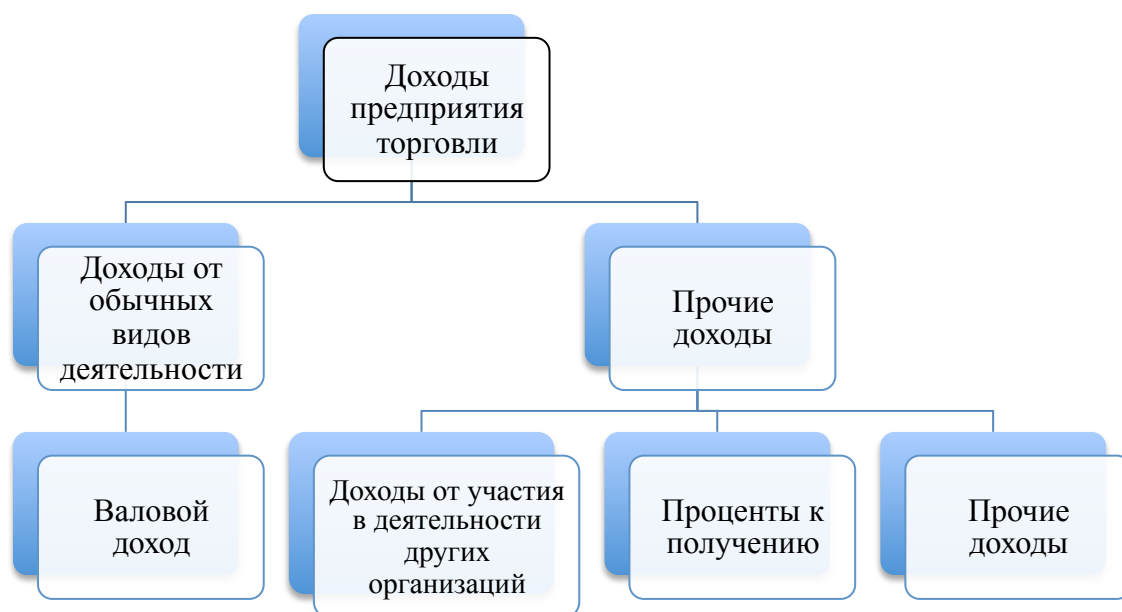


Рисунок 1 – Состав доходов предприятия торговли согласно бухгалтерскому учёту [15]

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 «Отчёт о финансовых результатах»).

По экономической сущности показатель «валовая прибыль» идентичен показателю «чистый валовой доход» и представляет собой сумму выручки от реализации товаров и торговых услуг, определяемую как разницу между продажной и покупной стоимостью товаров [22].

Рассмотрим различные определения валового дохода в таблице 1.2 в соответствии с различными литературными источниками.

Таблица 1.2 – Характеристика определений дохода от основной деятельности предприятия

Автор	Характеристика
Брагин Л.А.	Валовой доход – показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности, определяют его как выручку от продажи товаров и услуг (товарооборот) за вычетом затрат на их приобретение за определённый период времени; состоит из суммы денежных средств, полученных от реализации товаров, за счёт разности между ценой товара и ценой их приобретения, эта часть валового дохода представляет собой торговую надбавку – поступления за оказанные услуги и выполнение работы, прочие доходы от не основного вида деятельности [23].
Баканов М.И.	Валовой доход в торговле (в форме №2 валовая прибыль) – разность между суммой реализованных товаров по продажной (выручки от продажи товаров за минусом налогов) и покупной (в форме №2 себестоимостью проданных товаров) стоимостью этих товаров [5].
Дягель О.Ю.	Валовая прибыль – сумма реализованной торговой надбавки, определяемая в виде разницы между продажной и покупной стоимостью реализованных товаров. [10].
Чернов В.А.	Валовой доход – показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами по их приобретению. Валовая прибыль – размер валового дохода от продаж в бухгалтерской и статистической отчётности называют валовой прибылью [19].

Роль и значение валового дохода как экономического показателя состоит в следующем:

- валовой доход является источником формирования прибыли, за счёт которой осуществляется производственное развитие предприятия, дополнительное материальное стимулирование персонала, выплаты владельцам имущества;
- за счёт валового дохода возмещаются издержки обращения, связанные с осуществлением его хозяйственной деятельности;
- валовой доход – это источник пополнения собственных оборотных средств;
- за счёт валового дохода формируются различные бюджетные и внебюджетные фонды;
- благодаря валовому доходу торговое предприятие участвует в формировании бюджета страны, так как часть валового дохода предприятия служит источником выплат различных видов налоговых платежей [24].

На валовой доход предприятий торговли оказывают влияние различные факторы, которые можно классифицировать по различным признакам (таблица 1.3) [24].

Таблица 1.3 – Классификация факторов, оказывающих влияние на валовой доход предприятия торговли

Признаки классификации	Группы факторов, влияющих на валовой доход предприятий
1. В зависимости от влияния среды деятельности	1.1 Внешние; 1.2 Внутренние
2 В зависимости от степени влияния	2.1 Оказывающие сильное влияние (торговая надбавка, выручка от продажи товаров и др.); 2.2 Оказывающие слабое влияние (климатические условия и др.)
3. В зависимости от возможности исчисления степени влияния	3.1 Количественно измеряемые факторы (выручка от продаж, торговые надбавки, ассортимент товаров и др.); 3.2 Количественно не измеряемые факторы (мода, климатические условия и др.)
4. В зависимости от характера влияния	4.1 Факторы, влияющие на увеличение валового дохода; 4.2 Факторы, влияющие на снижение валового дохода

Окончание таблицы 1.3

Признаки классификации	Группы факторов, влияющих на валовой доход предприятий
5. В зависимости от вида деятельности предприятия	5.1 Факторы, влияющие на доходы от основного вида деятельности предприятия (валовой доход); 5.2 Факторы, влияющие на доходы от не основной деятельности предприятия (на доходы от сдачи имущества в аренду и др.)
6. В зависимости от определения налоговой базы для исчисления налога на прибыль	6.1 Факторы, влияющие на валовой доход, увеличивающие налоговую базу; 6.2 Факторы, влияющие на валовой доход, не увеличивающие налоговую базу

Так, в зависимости от влияния внешней среды на размер валового дохода все факторы можно классифицировать на внутренние и внешние.

К внешним факторам относятся: природные условия, транспортные услуги, социально-экономические услуги, уровень развития внешнеэкономических связей. Они не зависят от деятельности предприятия, но могут оказывать влияние на объем доходов. Внутренние – зависят от деятельности предприятия и оказывают влияние на изменение доходов: объём продаж, структура товарооборота и затрат, цена продукции; факторы, связанные с нарушением финансовой и трудовой дисциплины.

Средства и предметы труда, трудовые ресурсы являются не только факторами влияющими на доходы, но одновременно служат основой определения направлений их роста.

Их рациональное и эффективное использование способствует увеличению реализации товаров, в результате чего уменьшается объём применяемых и расходуемых средств, что, в конечном счёте, находит отражение в снижении фондоёмкости, трудоёмкости, росте фондоотдачи и коэффициенте эффективности.

Основными взаимовлияющими факторами являются товарооборот, его структура, уровень торговых надбавок. При увеличении товарооборота растёт сумма реализованных торговых надбавок, следовательно, возрастет и масса валового дохода [24].

Косвенное влияние на величину валового дохода оказывает изменение ставок налоговых платежей, входящих в состав издержек. К ним относятся: отчисления на социальное страхование, в фонд занятости, в пенсионный фонд, на медицинское страхование, налогооблагаемой базой которых является фонд заработной платы. Поскольку он составляет существенную долю в издержках, то и величина этих платежей значительна. Изменение их ставок отражается не только на уровне издержек, но и на формировании соответствующего уровня торговых надбавок. А значит, и на величине валового дохода.

Существенное влияние на размер валового дохода оказывает платёжеспособный спрос населения. Чем выше его объем, тем больше качественных и дорогостоящих товаров будет приобретать население, тем выше будут доходы торговли [14].

Величина валового дохода зависит от территориального расположения предприятий торговли относительно поставщиков и района деятельности. Более высокий уровень торговой надбавки устанавливается на тех предприятиях торговли, которые расположены дальше от поставщиков товаров и сырья. Это требует повышенных расходов по доставке. Дифференциация торговых надбавок в зависимости от района деятельности предприятий торговли выражается в том, что на одни и те же товары могут устанавливаться торговые надбавки разных уровней: более высокие – в престижных районах, меньшие – в обычных [16].

Рассмотрев роль и значение валового дохода, а так же факторов, влияющих на него, далее перейдём к изучению формирования и использования валового дохода предприятия торговли в следующем параграфе выпускной квалификационной работы.

1.2 Формирование и использование валового дохода предприятия торговли

Основным видом доходов торгового предприятия является доход от

реализации товаров, то есть валовой доход. Валовой доход торговли – это показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами по их приобретению за определённый период времени [18].

В зависимости от вида деятельности предприятия, валовой доход формируется за счёт следующих источников: валовой доход от реализации товаров; валовой доход от реализации торговых услуг; валовой доход от прочей неторговой деятельности.

Валовой доход от реализации товаров в розничной торговле формируется за счёт реализованной торговой надбавки. В оптовой торговле данный показатель формируется за счёт реализованных оптовых и снабженческо-сбытовых надбавок [12].

Торговая надбавка – это цена торговых услуг, формирующая доход торгового предприятия. Торговая надбавка выступает как разница между продажной и покупной ценой реализуемых товаров [23]. 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 [5].

Устанавливать фиксированный уровень торговой 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 объёмом реализации, что связано с различием в уровне издержек обращения, и с целью получения максимального размера валового дохода [19].

Величина торговой надбавки определяется внутренними и внешними границами. Внешние границы связаны со сложившейся конъюнктурой рынка. Верхние и нижние пределы внешней границы зависят от ряда факторов. Нижний предел зависит от цен предложения производителей, а также от цен

оптовых посредников. Верхний предел формирования торговой надбавки – это цена спроса покупателя. Стоит отметить, что верхние и нижние границы подвижны. Верхние границы изменяются в зависимости от качества обслуживания, условий оплаты. Нижние же границы также изменчивы и способны изменяться посредством совершенствования коммерческих сделок.

Торговая и оптовая надбавки формируются на предприятии торговли под влиянием большого числа факторов помимо ценовых. Перечень факторов, оказывающих влияние на размер торговых надбавок, представлен рисунком 2. Приведённый рисунок 2 показывает связь размера торговых надбавок с факторами, которые оказывают на них существенное влияние.



Рисунок 2 – Факторы, влияющие на размер торговой надбавки в предприятии торговли [19]

К факторам, влияющим на размер торговых надбавок, также относят такие, как степень развития рынка в регионе, структура товарооборота, скорость оборачиваемости товаров, обеспеченность собственными оборотными средствами, эффективность использования всех видов ресурсов, специфика реализуемого ассортиментного перечня, его издержкостоемость. Размер торговых надбавок должен покрывать издержки предприятия и обеспечивать получение определённого размера прибыли. Уровень валового дохода может быть представлен формулой 1.1.

$$У_{ВД} = У_{И} + R_{прод.}, \quad (1.1)$$

где $R_{прод.}$ – рентабельность продаж, %;

$У_{И}$ – уровень издержек, %.

Взаимосвязь уровни надбавок и уровня валового дохода может быть выражена формулами, представленными в таблице 1.4 [13].

Таблица 1.4 – Формулы нахождения уровней валового дохода и уровней оптовых и торговых надбавок

Показатели	Методика расчёта
Уровень валового дохода предприятия розничной торговли	$У_{ВД} = \frac{У_{ТН} * 100}{100 + У_{ТН}}$
Уровень валового дохода предприятия оптовой торговли	$У_{ВД} = \frac{У_{ОН} * 100}{100 + У_{ОН}}$
Уровень валового дохода	$У_{ВД} = \frac{ИО}{Т} * 100 + \frac{П_{от прод.}}{Т} * 100,$ где ИО – издержки обращения торгового предприятия, тыс.руб.; Т- товарооборот торгового предприятия, тыс.руб.; $П_{от прод.}$ – прибыль от продаж торгового предприятия, тыс.руб.
Уровень торговой надбавки	$У_{ТН} = \frac{У_{ВД} * 100}{100 - У_{ВД}}$
Уровень оптовой надбавки	$У_{ОН} = \frac{У_{ВД} * 100}{100 - У_{ВД}}$

Оптовые и торговые надбавки отражаются в цене товаров, но стоит учитывать то, что превращаются в реальный экономический показатель только

после того как будут реализованы, именно тогда торговые надбавки образуют валовой доход торгового предприятия.

Базой формирования уровня торговой надбавки служит уровень цен приобретения товара [27]. Уровень надбавки должен быть адекватен, так как при высоком уровне цены будут очень велики и спрос на товары снизится, а при низком расходы предприятия не будут покрыты.

Сумма торговой надбавки может рассчитываться двумя способами:

а) по уровню торговой надбавки ($У_{ТН}$), установленному в % к цене приобретения товара НДС:

$$ТН = \frac{Ц_{\text{приобр. без НДС}} * У_{ТН}}{100}, \quad (1.2)$$

где $У_{ТН}$ – уровень торговой надбавки, %.

б) как разница между розничной ценой без НДС и ценой приобретения без НДС:

$$ТН = Ц_{\text{розн. без НДС}} - Ц_{\text{приобр. без НДС}} \quad (1.3)$$

В этом случае уровень торговой надбавки определяется по формулам:

$$У_{ТН} = \frac{ТН}{Ц_{\text{приобр. без НДС}}} * 100 \quad (1.4)$$

или

$$У_{ТН} = \frac{Ц_{\text{розн без НДС}} - Ц_{\text{приобр без НДС}}}{Ц_{\text{приобр без НДС}}} * 100 \quad (1.5)$$

Валовой доход на торговом предприятии рассчитывается несколькими способами [4].

1 способ. Расчёт валового дохода исходя из объёма товарооборота в отпускных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам:

$$ВД_i = \frac{\sum_{i=1}^n O_{отп.i} * У_{тнi}}{100}, \quad (1.6)$$

где $O_{отп.i}$ - товарооборот в отпускных ценах по i -ой товарной группе, тыс. руб.;
 $У_{тнi}$ — уровень торговой надбавки по i -ой товарной группе, %.

2 способ. Расчёт валового дохода исходя из объёма товарооборота в розничных ценах и уровня торговых надбавок по отдельным товарным группам:

$$ВД_i = \frac{\sum_{i=1}^n O_{рц.i} * У_{тнi}}{100 + У_{тнi}}, \quad (1.7)$$

где $O_{рц.i}$ — товарооборот в розничных ценах по i -ой товарной группе, тыс. руб.

3 способ. Расчёт валового дохода на основе товарооборота в розничных ценах и уровня реализованных торговых надбавок:

$$ВД_i = \frac{\sum_{i=0}^n O_{рц.i} * У_{ртнi}}{100}, \quad (1.8)$$

где $У_{ртн.i}$ — уровень реализованной торговой надбавки по i -ой товарной группе, %.

4 способ. Определение валового дохода как разницы между выручкой от реализации товаров (ВР) и себестоимостью продажи товаров (С):

$$ВД = \Sigma ВР - \Sigma С, \quad (1.9)$$

Конкретный метод расчёта валовой прибыли торговое предприятие выбирает исходя из наличия необходимой для расчёта информации и действующего на предприятии порядка учёта и анализа оборота.

Далее на рисунке 3 рассмотрим распределение валового дохода торгового предприятия.

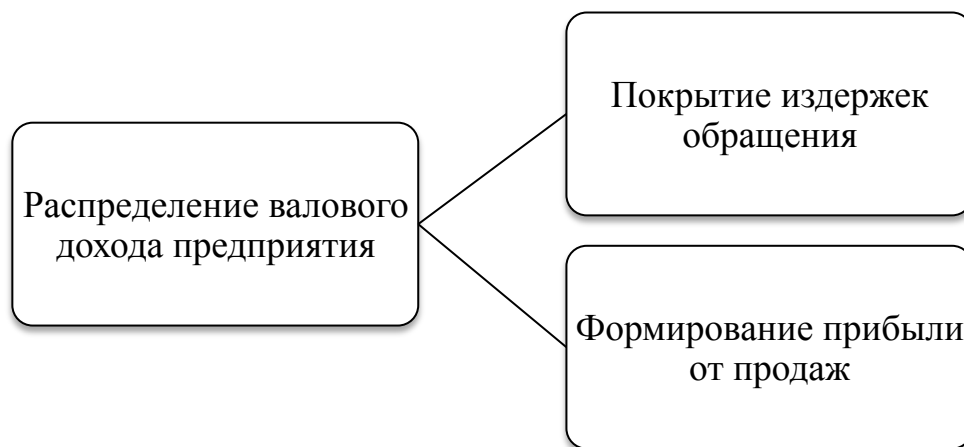


Рисунок 3 – Распределение валового дохода предприятия [21]

Как видно из рисунка 3, валовой доход предприятия торговли в первую очередь идёт на покрытие его расходов, а затем оставшийся валовый доход формирует прибыль от продаж.

Предприятия должны обеспечивать выполнение обязательств перед бюджетом, банками, поставщиками и потребителями, финансирование затрат на техническое перевооружение; социальное развитие и материальное стимулирование за счёт заработанных средств.

Часть валового дохода может пойти на покрытие непредвиденных расходов (штрафов, пеней, неустоек), если они не перекрываются непредвиденными доходами.

Оставшаяся часть распределяемых доходов (остаточные доходы) направляется на формирование резервного фонда и фонда потребления.

Часть дохода направляется на формирование резервного фонда, который предназначается для покрытия непроизводительных потерь и убытков,

покрытия балансового убытка предприятия за отчётный год, а также выплат доходов (дивидендов) участникам при отсутствии или недостаточности для этих целей прибыли отчётного года.

Фонд потребления аккумулирует средства, направляемые на осуществление мероприятий по развитию социальной сферы (кроме капитальных вложений) и материальному поощрению работников и иных аналогичных мероприятий, не приводящих к образованию нового имущества предприятия (выплата дивидендов, процентов по акциям и вкладам; разовое премирование работников в виде единовременного поощрения за выполнение особо важных заданий; оказание материальной помощи; надбавки к пенсиям и единовременные пособия уходящим на пенсию; предоставление льготного или бесплатного питания; оплата проезда к месту работы; оплата путёвок на лечение и отдых и т.д.).

Таким образом, изучив процесс формирования и распределения валового дохода торгового предприятия, далее перейдём к рассмотрению методики её анализа.

1.3 Методика анализа валового дохода предприятия торговли и резервы его роста

Анализ валового дохода имеет важное значение для торгового предприятия, так как валовой доход в торговле является главным видом дохода. Также данный анализ является составной частью оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Целью анализа валового дохода является получение достоверной информации о формировании валового дохода за анализируемый период, а также выявление путей и резервов его роста. Выявление резервов роста валового дохода в будущем обеспечит большую финансовую устойчивость предприятия.

Информационную основу анализа доходов составляют данные соответствующих счетов бухгалтерского учёта, а также первичная оперативная бухгалтерская и статистическая отчётность предприятия торговли.

Анализ доходов осуществляется по этапам, представленным на рисунке 4.

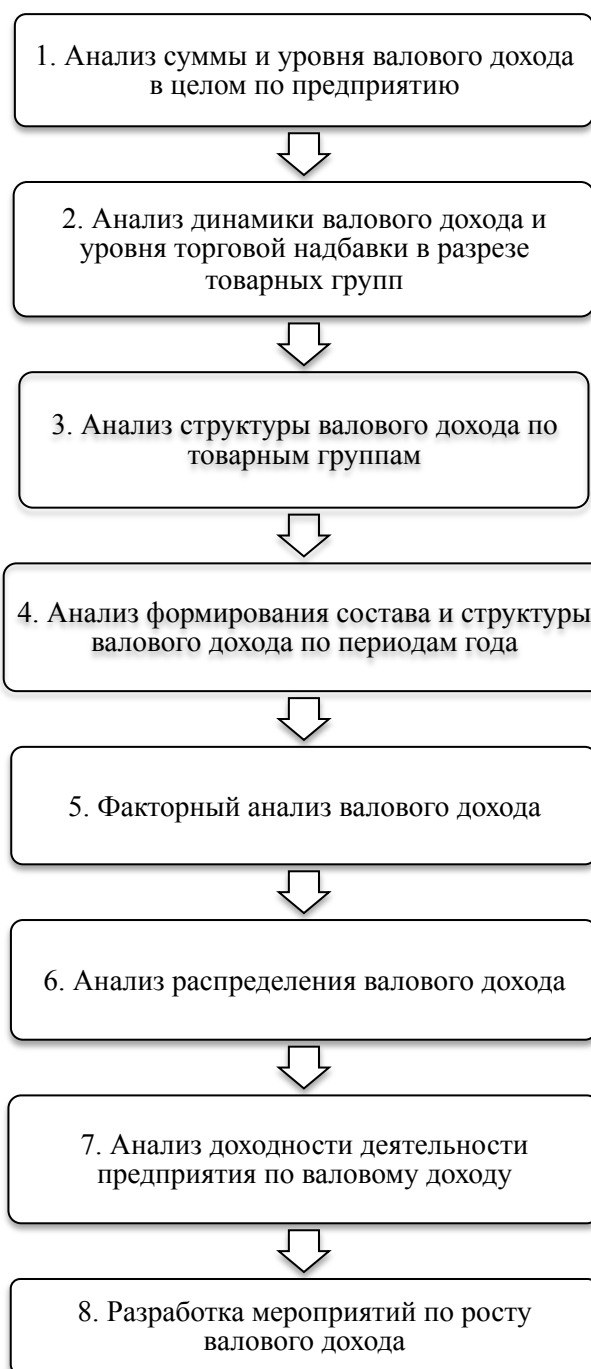


Рисунок 4 – Этапы анализа доходов предприятия

Рассмотрим их содержание.

1. Анализ суммы и уровня валового дохода в целом по предприятию. В данном подэтапе дают общую оценку динамики суммы и уровня валового дохода торгового предприятия с расчётом отклонения её величины и уровня и темпов изменения.

2. Анализ валового дохода в разрезе товарных групп. В ходе анализа рассчитывают сумму и уровень валового дохода отдельно по каждой товарной группе за отчётный и прошлый период, их относительные отклонения, темпы изменения.

3. Анализ структуры валового дохода по товарным группам. В процессе данного анализа необходимо проанализировать удельный вес валового дохода от реализации отдельных групп товаров. Необходимо выявить долю каждой товарной группы в формировании валового дохода, при этом рассчитав ее изменение. Данный анализ можно дополнить анализом структуры оборота и валовой прибыли, что даёт возможность выявить соотношение доли реализации в обороте, а также в формировании валового дохода. Стоит отметить, что это основа для разработки рекомендаций, позволяющих в дальнейшем совершенствовать оборот и ценовую политику.

4. Анализ формирования состава и структуры валового дохода по периодам года. Спрос в течение года неравномерен, так как подвергается сезонным колебаниям. Данные тенденции отражаются на физическом объёме продаж и уровне, поэтому состоятельно отслеживать колебания получения дохода в течение года, с целью выявления благоприятных и неблагоприятных месяцев с точки зрения получения дохода и корректировки расходной части бюджета предприятия.

5. Факторный анализ валового дохода. В данном этапе анализа выявляют причины изменения её абсолютной величины под воздействием влияния факторов [9].

На размер валового дохода оказывают прямое влияние следующие факторы: изменение объёма оборота розничной торговли, в т. ч. структуры оборота; изменение среднего уровня валовой прибыли (таблица 1.5).

Таблица 1.5 – Методика расчёта влияния факторов на валовой доход [18]

Факторы, влияющие на валовой доход	Методика расчёта
1. Изменение объёма оборота розничной торговли	$\Delta ВД_{(\Delta O)} \Delta ВД_0 = \frac{У_{ВД_0} \cdot \Delta O}{100} = У_{ВД_0} \times \Delta O : 100,$ <p>где $\Delta ВД_{(\Delta O)}$ – изменение суммы валового дохода под влиянием товарооборота, тыс.руб.;</p> <p>O – товарооборот, тыс.руб.;</p> <p>$У_{ВД_0}$ – уровень валового дохода в прошлом году, %.</p>
1.1 в т.ч. за счёт изменения цены	$\Delta ВД_{(цен)} = (O_1 - O^{с.ц.}_0) * У_{ВД_0} : 100 ,$ <p>где $O^{с.ц.}_0$ - товарооборот в сопоставимых ценах в прошлом году, тыс.руб.</p>
1.2 за счёт изменения физического объёма	$\Delta ВД_{(физ.об.)} = (O^{с.ц.}_1 - O_0) * У_{ВД_0} : 100 ,$ <p>где $O^{с.ц.}_1$ - товарооборот в сопоставимых ценах в отчётном году, тыс.руб.</p>
2. Изменения уровня валового дохода	$\Delta ВД_{(\Delta У_{ВД})} = (У_{ВД1} - У_{ВД0}) * O_1 : 100 ,$ <p>где $У_{ВД_1}$ – уровень валового дохода в отчетном году, %.</p>
2.1 в т.ч. за счёт изменения структуры товарооборота	$\Delta ВД_{(\Delta стр)} = \Delta \% \% \times O_1 : 100 ,$ <p>где $\Delta \% \%$ - изменение уровня валового дохода за счёт изменения структуры товарооборота (метод процентных чисел), %.</p>
2.2 за счёт уровня валового дохода по отдельным товарным группам	$\Delta ВД_{(\Delta У_{ВДi})} = \Delta \% \%_2 \times O_1 : 100 ,$ <p>где $\Delta \% \%_2$ - изменение уровня валового дохода за счёт изменения уровня валового дохода по отдельным товарным группам (метод процентных чисел), %.</p>
Всего влияния	$\Delta ВД = \Delta ВД_{(\Delta O)} + \Delta ВД_{(\Delta У_{ВД})}$

6. На данном этапе анализируют направления распределения валового дохода, рассчитывая структуру их использования и темпы изменения. В процессе расчётов определяют долю валового дохода, направленную: на

возмещение издержек обращения; на покрытие прочих расходов предприятия; на выплату налогов; на формирование прибыли предприятия [19].

7. На данном этапе осуществляется оценка доходности деятельности торгового предприятия по валовому доходу. При данной оценке рассчитываются следующие показатели, представленные в таблице 1.6.

Таблица 1.6 – Методика расчёта показателей доходности, используемых при анализе валового дохода [4]

Показатели доходности	Формула расчёта
1. Валовой доход, приходящийся на 1 руб. издержек обращения, руб.	$ВД / ИО$, где ВД – валовой доход, тыс.руб.; ИО – издержки обращения, тыс.руб.
2. Доходность предприятия	$Д / О$, где Д – доходы, тыс. руб.; О – товарооборот, тыс. руб.
3. Доходность основного вида деятельности	$ВД / О$
4. Валовой доход, приходящийся на 1 руб. фонда заработной платы, руб.	$ВД / ФЗП$, где ФЗП – фонд заработной платы, тыс.руб.
5. Размер дохода на 1 работника	$Д / Ч_{\text{сред.}}$, где Ч _{сред.} – среднесписочная численность работников, чел.
6. Размер дохода на 1 работника склада	$Д / Ч_{\text{склад}}$, где Ч _{склад} – численность работников склада, чел.
7. Валовой доход, приходящийся на 1 руб. основных фондов, руб.	$ВД / ОФ_{\text{ср}}$, где ОФ _{ср} – среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.руб.
8. Валовой доход, приходящийся на 1 руб. оборотных средств, руб.	$ВД / ОС_{\text{ср}}$, где ОС _{ср} – среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс.руб.
9. Доходность складской площади	$Д / П_{\text{склад}}$, где П _{склад} – складская площадь, м ²

8. На заключительном этапе на основе данных проведённого анализа определяют основные направления повышения доходов предприятия как от основной деятельности (валового дохода), так и прочих видов доходов.

Увеличение валового дохода предприятия связано с рядом действий направленных [26]:

- на рост оборота предприятия за счёт расширения сферы деятельности;
- на совершенствование ассортимента оборота с позиции его состава;
- на оптимизацию системы снабжения, позволяющей сократить число посредников и минимизировать цены приобретения товаров;
- на проведение гибкой ценовой политики предприятия, позволяющей увеличивать число покупателей и обеспечивать рост оборота;
- на совершенствование системы ценообразования – обоснование уровня надбавки и расчёта цен, позволяющих и сохранять или укреплять своё положение на рынке, и повышать уровень валового дохода. Основой такой работы является анализ цен основных конкурентов предприятия торговли;
- на расширение спектра предоставляемых дополнительных услуг, позволяющих увеличивать сумму валового дохода и привлекать потребителей;
- на обоснованный подход к заключению хозяйственных договоров, использование системы скидок при закупке товаров

Для определения направлений роста прочих видов доходов предприятие должно реально оценить свои возможности в этой области деятельности [8]:

- осуществить инвентаризацию имущества и выявить возможности продажи неиспользуемых основных средств или сдачи их в аренду;
- проанализировать использование свободных денежных средств: определив, куда их целесообразно вкладывать: в дальнейшем развитие или в банк для получения процентов;
- выяснить судебные перспективы получения штрафов, пеней, неустоек, если на предприятии наблюдалось несоблюдение условий заключённых договоров и т.д.;
- активизировать работу по взысканию дебиторской задолженности.

В заключении анализа разрабатываются конкретные мероприятия по увеличению валового дохода.

В заключение первой главы можно сделать вывод, что валовой доход торгового предприятия создаёт финансовую базу для самофинансирования, повышения продаж, решения проблем социального и материального поощрения персонала. Валовой доход предприятия является источником формирования всех показателей прибыли, которые в свою очередь являются источником формирования доходов бюджета (федерального, местного), и погашения долговых обязательств организации перед банками, другими кредиторами и инвесторами. Величина валового дохода предприятия необходима для повышения его потенциала и конкурентоспособности на рынке по сравнению с существующими аналогичными фирмами [10].

Таким образом, в данной главе выпускной квалификационной работы было рассмотрено формирование и использование валового дохода, а также была изучена методика анализа данного показателя с изучением возможных резервов роста. В следующей главе проведём анализ валового дохода на конкретном предприятии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведённого анализа валового дохода ООО «АЛМАКОР и К» за 2016-2017 гг. следует сделать ряд выводов. За 5 лет сумма валового дохода выросла на 59 461 тыс. руб., или на 44,3%. Значительный скачок приходится на 2016г., когда показатель поднялся на 51 084 тыс. руб.

Следующий этап, анализ факторов влияющих на сумму и уровень валового дохода. Факторный анализ, который представляет собой выявление и оценку влияния различных факторов на изменение их размера. Факторный анализ предполагает, прежде всего, расчёт влияния факторов на размер валового дохода. В ходе данного анализа, мы выяснили, что оптовый оборот, как один из основных факторов оказывающих прямое влияние на величину дохода, в отчётном году, оказал увеличение в сумме 7 619,95 тыс. руб., а второй фактор – уровень валового дохода снижение на 4 799,97 тыс. руб.

Общее влияние на сумму совокупного валового дохода в отчётном году составило 2 820 тыс. руб.

При проведении анализа обобщающих показателей доходности можно отметить отрицательную динамику, кроме доходности фонда заработной платы. Так, доходность фонда заработной платы в отчётном году выросла на 0,79 руб. Уровень доходов в 2017г. составил 22,1 %, что на 0,24% больше, чем в предыдущем году.

Ну и заключительный этап в анализе, это определение резервов роста доходов и эффективности торговли. Зная факторы, которые оказывают влияние на размер валовой прибыли, а также, осознавая значимость такого показателя, как доходы, предприятие может корректировать свою деятельность, сглаживая отрицательные моменты, а также используя имеющиеся резервы роста валового дохода на предприятии. Так же для предприятия ООО "АЛМАКОР и К" была разработаны рекомендации по увеличению валового дохода.

1) Была предложена рекомендация увеличения оптовых надбавок товарных групп «Средства для ухода за телом», «Товары для детей», «Средства

для принятия ванны и душа», «Средства гигиены», «Товары для стирки и уборки», «Средства для ухода за волосами», «Средства для ухода за лицом». В результате чего данное мероприятие принесёт предприятию прирост валового дохода в размере 11 309 тыс. руб.

2) Введение новых ассортиментных позиций следующих групп товаров: «Средства для ухода за лицом», «Товары для приготовления пищи», «Декоративная косметика». Планируемый дополнительный объем оптового оборота в ООО «АЛМАКОР и К» от реализации данного мероприятия составит 22 513,53 тыс. руб., а валового дохода - 4 237, 67 тыс. рублей.

3) Так же в целях увеличения валового дохода торгового предприятия ООО «АЛМАКОР и К» рекомендуется разработать мероприятие, которое должно коснуться замены поставщика, так как себестоимость является одним из показателей, формирующий валовой доход торгового предприятия. Планируемый дополнительный объем валового дохода в ООО «АЛМАКОР и К» при смене поставщика детских кремов с «Клевер» на «Весна» составит 282,59 тыс. руб.

Итак, оптовый оборот в отчётном году с учётом рекомендаций составит 1 223 241 тыс. руб., что больше текущего года на 77 528 тыс. руб. или на 6,77%.

Валовой доход в отчётном году с учётом мероприятий увеличится на 15 828 тыс. руб. или на 8,17% и составит 209 520 тыс. руб., что в процентах к обороту составит 17,13%. Уровень издержек обращения снизится на 0,67%, что положительно влияет на эффективность торговой деятельности.

В целом рентабельность продаж увеличится на 0,90%, в связи с увеличением прибыли от продаж на 15 767 тыс. руб. (на 22,18%).

Реализация предлагаемых мероприятий обеспечит предприятию повышение эффективности его деятельности, так как наблюдается положительная динамика в доходности от деятельности предприятия, что делает внедрение мероприятия экономически оправданным.

В целом, после проведённого анализа основных показателей финансово - хозяйственной деятельности ООО «АЛМАКОР и К» его деятельность в отчётном году можно признать неуспешным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1 Гражданский Кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 г. №14-ФЗ ред. от 07.02.2017 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

2 Налоговый Кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 г. №146-ФЗ ред. от 19.02.2018 №58-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3 Положение по бухгалтерскому учёту ПБУ 9/99: «Доходы организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.05.1999 №32н в ред. от 06.04.2015. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

4 Методика учёта сырья, товаров и производства в предприятиях массового питания различных форм собственности : утв. Отраслевым центром повышения квалификации работников торговли Комитета РФ по торговле 12.08.1994 г. № 1-1098 / 32-2. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

5 Баженов, Ю.К. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов/ Ю.К. Баженов – Москва: Экономика, 2014. – 238с.

6 Баканов М.И. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / М.И. Баканов. – Москва: Финансы и статистика, 2014. – 238 с.

7 Бардовский, В.П. Экономика: учебник для бакалавров / В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, Е.М. Самородова. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 672 с.

8 Басакова, О.В. Экономика предприятия (организации): учебник / О.В. Басакова, Л.Ф. Сейко. – Москва: Дашков и К, 2013. – 372 с.

9 Батраева, Э.А. Экономика предприятия общественного питания: учеб. пособие / Э.А. Батраева; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2009. – 592 с.

10 Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник - / О.В. Губина, В.Е.Губин. - 2-е изд. перераб. и доп. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2014. - 336 с.

11 Дягель О.Ю. Теория экономического анализа: учеб. пособие / О.Ю. Дягель; Краснояр. гос. торг. – экон. ин-т. – Красноярск, 2005. – 187 с.

12 Зимин А.Ф. Экономика предприятия : учеб. пособие для вузов / А.Ф. Зимин - Москва. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2012. - 286 с

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

14 Ивашенцева, Т.А. Экономика предприятия : учебник / Т.А. Ивашенцева – Москва : КноРус, 2016. – 284 с.

15 Петрученя, И.В. Доходы предприятия торговли: текст лекции / И.В. Петрученя; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2010. – 49 с.

16 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов / Г.В. Савицкая – Изд. 4-е, перераб. и доп. – Минск: Новое знание, 2011. – 688 с.

17 Складенко В.К. Экономика предприятия: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Экономика" и другим экономическим специальностям / В. К. Складенко, В. М. Прудников. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 346 с.

18 Соломатин, А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник вузов / А.Н. Соломатин. – Санкт-Петербург: ИНФРА-М, 2010. – 560 с.

19 Сулова Ю.Ю. Доходы предприятия торговли: учебное пособие / Ю.Ю. Сулова, Н.Н. Терещенко. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 136 с.

20 Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. Пособие для вузов / В.А. Чернов – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 68 с.

21 Экономика предприятия (фирмы) : учебник для вузов по экон. специальностям / Рос.экон. акад. им. Г. В. Плеханова ; под ред. О. И. Волков, О. В. Девяткин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва. : ИНФРА-М, 2009. - 603 с.

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

23 Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник / Л.И. Ерохина [и др.]. – Москва: КНОРУС, 2012 – 298 с.

24 Экономика торгового предприятия: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – Москва4 ИНФРА-М, 2012. – 314 с.

25 Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник / Л.И. Ерохина [и др.]. – Москва: КНОРУС, 2012. – 298 с.

26 Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / под ред. Т.И. Николаевой, Н.Р. Егоровой. – Москва: КНОРУС, 2013. – 400 с.

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

28 Официальный сайт компании ООО «АЛМАКОР и К» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://almakor.ru>

29 Официальный сайт компании «Сибирская Артель» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sibartel.ru>

30 Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.krasstat.gks.ru>

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
« 18 » 06 20 18 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

Валовой доход предприятия торговли: анализ и экономическое обоснование резервов роста

Научный
руководитель

18.06.18 доцент, к. э. н.
подпись, дата должность, учёная степень

Э. А. Батраева
инициалы, фамилия

Выпускник

18.06.18 ЭУ14-01Б-ЭП
подпись, дата

А. С. Монгуш
инициалы, фамилия

Красноярск 2018