**Введение**

В выпускной квалификационной работе раскрывается содержание такого экономического понятия как прибыль торгового предприятия. Рассматриваются источники формирования прибыли и направления ее использования, а также рассчитывается уровень рентабельности, отражающий эффективность деятельности торгового предприятия.

В условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к ее получению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы.

Прибыль, как важнейшая категория рыночных отношений, характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Прибыль также является источником формирования различных фондов предприятия, направленных на социальное стимулирование работников, расширение производства, осуществление различных инвестиционных проектов. Поэтому изучение источников формирования прибыли предприятия, факторов, влияющих на прибыль, необходимо для обоснования дальнейших планов развития предприятия, определения его возможностей, стратегии поведения на рынке.

Однако с помощью прибыли невозможно оценить все аспекты деятельности предприятия. Именно поэтому при анализе производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия используется система показателей рентабельности, которые выражают экономическую зависимость и взаимосвязь ряда показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Выпускная квалификационная работа написана на основе материалов и документов конкретного торгового предприятия ООО «Анюта», имеющего объекты розничной торговли и общественного питания.

В первой главе работы рассматриваются теоретические основы формирования и использования прибыли торгового предприятия: понятие и сущность прибыли и рентабельности торгового предприятия; основные направления распределения прибыли; факторы, влияющие на прибыль и рентабельность торгового предприятия.

Во второй главе анализируется экономическое состояние ООО «Анюта», рассчитывается динамика товарооборота, издержек обращения и сумма чистой прибыли за 2002–2003 гг. Выявляются основные факторы, оказывающие влияние на изменение суммы прибыли ООО «Анюта». Также представлены результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия и определяющие ее эффективность значения рентабельности. Рассмотрены возможности и пути повышения прибыли и рентабельности торгового предприятия.

Далее в работу включены приложения: графики, показывающие динамику изученных показателей; диаграммы, характеризующие структуру прибыли; бухгалтерские и иные документы (баланс, отчет о прибылях и убытках, налоговые декларации и др.), являющиеся информационной базой для проведения анализа.

В заключении представлены выводы по результатам анализа прибыли и рентабельности ООО «Анюта» и предложены меры по совершенствованию работы фирмы, направленные на достижение более высоких показателей прибыли и рентабельности торгового предприятия.

Данная работа написана с использованием следующего учебного материала: Бланк И.А. «Управление торговым предприятием», Гребнев А.И. «Экономика торгового предприятия», Соломатин «Экономика торгового предприятия», журналы «Экономист», «Бухгалтерский учет», «Финансы» и др.

**1. Теоретические основы формирования прибыли и рентабельности торгового предприятия в современных условиях**

**1.1 Экономическая сущность прибыли и источники ее формирования**

Одной из основных задач комплексного экономического анализа является выявление эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия. Под экономической эффективностью понимается соизмерение полученных результатов с имеющимися ресурсами и произведенными затратами. Целью торгового предприятия является достижение максимальных результатов деятельности при оптимальном экономическом потенциале предприятия, относительном сокращении издержек обращения и высокой культуре обслуживания.

Одним из важнейших оценочных показателей, характеризующим результат хозяйственной деятельности предприятия, является прибыль. Отношение прибыли к товарообороту, выраженное в процентах, определяет уровень рентабельности реализации товаров. В условиях рыночной экономики рентабельность является важнейшим качественным показателем работы торгового предприятия, в котором обобщается состояние доходов, издержек обращения, оборачиваемости товаров, использования основных средств, рабочей силы, собственного и заемного капиталов. Показатель рентабельности свидетельствует о прибыльности хозяйственной деятельности предприятия в прошедшем периоде и о возможностях его дальнейшего функционирования.

Прибыль представляет собой конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Однако финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, возникший, например, по причине чрезмерно высоких затрат или недополучения доходов от реализации товаров в связи с уменьшением объема поставок товаров, снижением покупательского спроса.

В процессе анализа результатов работы торгового предприятия применяются различные значения прибыли: прибыль (убыток) от реализации товаров; прибыль от реализации основных фондов и иного имущества; валовая (балансовая) прибыль; чистая прибыль (прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия); налогооблагаемая прибыль; прибыль от прочей деятельности предприятия. Различия понятий прибыли определяются их экономическим содержанием и положениями законодательства о налогообложении прибыли предприятий.

Необходимо, однако, подчеркнуть противоречивость прибыли как обобщающего показателя деятельности. Как отечественная, так и зарубежная практика показывает, что рост прибыли может являться не только следствием эффективной экономической деятельности. Он может быть достигнут, например, за счет монопольного положения производителя.

Эффективность хозяйственной деятельности выражается экономической категорией рентабельности. Рентабельность в общем виде выступает как доходность, прибыльность. То есть получение прибыли позволяет говорить об эффективности организации и осуществления хозяйственной деятельности. Однако масса прибыли еще не позволяет в достаточной мере оценить, насколько эффективно осуществляется деятельность предприятия. Для такой оценки служат относительные показатели рентабельности как отношения полученной прибыли к авансированным и затраченным на производство продукции средствам.

Заинтересованность в росте прибыли означает, следовательно, заинтересованность в комплексном использовании всех направлений и методов улучшения результатов хозяйственной деятельности, снижения издержек производства, экономии живого и овеществленного труда, в более полной мобилизации внутренних резервов. Кроме того, она заинтересовывает не просто в производстве продукции с возможно меньшими индивидуальными затратами, а той продукции, которая удовлетворяет потребности в ней общества, имеет спрос. То есть, чем более эффективна хозяйственная деятельность, тем большей является прибыль и, следовательно, тем больше средств можно использовать для финансирования расширенного воспроизводства, социального развития и материального поощрения участников хозяйственной деятельности.

Механизм формирования прибыли является одной из составляющих хозяйственного механизма, действующего в обществе на определенном историческом этапе его развития. Хозяйственный механизм определяет условия функционирования хозяйствующих субъектов в обществе и, таким образом, условия и общий порядок формирования финансовых результатов их деятельности.

Таким образом, понятие прибыли как финансового результата деятельности выражает определенную форму реализации экономических отношений по поводу образования, распределения и использования в денежной форме части стоимости прибавочного продукта, сложившихся на определенном этапе развития общества, в определенной экономической системе, и реализующихся через созданный в ней хозяйственный механизм.

Такой подход позволяет разграничивать понятия прибыли как экономической категории и как финансового результата деятельности хозяйствующего субъекта.

С точки зрения управления и, в первую очередь, функции анализа финансово – хозяйственной деятельности такое разграничение понятий позволяет ясно представлять не только объективные основы протекания процессов формирования прибыли, но и конкретную форму их организации. Появляется возможность не только определить факторы, оказывающие влияние на процесс формирования финансовых результатов, но и границы их управляемости, позволяет выделить среди них зависящие и не зависящие от хозяйствующего субъекта, производственные и непроизводственные и т.п. Из понимания финансовых результатов, как динамичного явления, зависящего от хозяйственного механизма, следует и практическая необходимость учитывать изменение способов определения прибыли, для обеспечения сопоставимости финансовых результатов в различные периоды времени.

Прибыль как финансовый результат выступает в следующих основных видах: валовой, налогооблагаемой и чистой прибыли.

Под формированием финансовых результатов понимается определенная последовательность (алгоритм, методика), конечной целью которой является определение значения показателя балансовой (валовой) прибыли (убытка) и ее производных (налогооблагаемой, чистой и нераспределенной прибыли, непокрытого убытка).

«Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности».¹ Результатом соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов) и полезной производительной деятельности хозяйствующих субъектов является готовая продукция, которая становится товаром при условии ее реализации потребителю.

На стадии продажи выявляется стоимость товара, включающая стоимость прошлого овеществленного труда и живого труда. Стоимость живого труда отражает вновь созданную стоимость и распадается на две части. Первая представляет собой заработную плату работников, участвующих в производстве продукции. Ее величина определяется рядом факторов, обусловленных необходимостью воспроизводства рабочей силы. В этом смысле для предпринимателя она представляет часть издержек по производству продукции. Вторая часть вновь созданной стоимости отражает чистый доход, который реализуется только в результате продажи продукции, что означает общественное признание ее полезности.

На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений чистый доход принимает форму прибыли. На рынке товаров предприятия выступают как относительно обособленные товаропроизводители. Установив цену на продукцию, они реализуют ее потребителю, получая при этом денежную выручку, что не означает получения прибыли. Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении прибыли.

Предприниматель всегда ставит своей целью прибыль, но не всегда ее получает. Если выручка равна себестоимости, то удалось лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции. При реализации без убытков отсутствует и прибыль как источник производственного, научно-технического и социального развития. При затратах, превышающих выручку, предприятие получает убытки – отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключающие и банкротство.

Значение прибыли состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат. Вместе с тем на величину прибыли, ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия. Практически вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени зависят от предприятия такие факторы, как уровень цен на реализуемую продукцию и заработная плата, уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования.

Перечисленные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость, поэтому для выяснения конечного финансового результата необходимо сопоставить стоимость объема реализуемой продукции и стоимость затрат и ресурсов, используемых в производстве.

В условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к ее получению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы. Свою роль играют и убытки. Они высвечивают ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

Прибыль в торговле является выражением стоимости прибавочного продукта, созданного производительным трудом работников торговли, которые заняты продолжением процесса производства в сфере товарного обращения, а также части прибавочного продукта, созданного трудом работников других отраслей народного хозяйства (промышленности, сельского хозяйства, транспорта и др.) и направляемого в торговлю через механизм цен на товары, тарифов, торговых надбавок как плата за реализацию товаров (продукции, услуг).

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость и акцизами и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции (работ, услуг).

В упрощенном виде прибыль – это разность между валовым доходом и издержками обращения предприятия. Такую прибыль принято называть бухгалтерской (валовой), она отражает финансовый результат конкретной деятельности предприятия. Однако, как известно, не все затраты торгового предприятия включаются в издержки обращения.

Часть затрат предприятие осуществляет за счет прибыли, и поэтому не включает их в издержки обращения.

Все затраты предприятия, учитываемые как в составе издержек обращения, так и относимые на прибыль, в сумме образуют экономические издержки, поскольку они характеризуют совокупность действительных расходов торгового предприятия. Экономические издержки по количеству и объему больше издержек обращения. Соответственно издержкам прибыль может быть экономической. Бухгалтерская (валовая) прибыль – это разность между валовым доходом и издержками обращения. Экономическая прибыль – это разность между валовым доходом и экономическими издержками. Экономическая прибыль меньше бухгалтерской на величину затрат, не учитываемых в составе издержек обращения. Цель любого торгового предприятия на рынке – получение максимальной экономической прибыли. Экономическая прибыль характеризует предпринимательский доход, который свидетельствует об окупаемости расходов торгового предприятия (предпринимателя) и способности его к самофинансированию (саморазвитию).

«Экономисты, в отличие от бухгалтеров, используют термин «прибыль» для обозначения разности между совокупным доходом фирмы и всеми ее издержками, включая как явные, так и неявные. Для того чтобы отделить такое понимание термина от других толкований, многие авторы называют эту разность чистой экономической прибылью. Следует отличать чистую экономическую прибыль от двух других: бухгалтерской прибыли и нормальной прибыли.

Бухгалтерская (финансовая) прибыль представляет собой разность между валовым доходом (выручкой) фирмы и ее явными (внешними по отношению к организации) издержками. На практике, как правило, руководитель сталкивается именно с этим видом прибыли. Нормальная прибыль – это прибыль, равная вмененным издержкам, вложенным в дело владельцем фирмы. Вмененные издержки – затраты, не предусмотренные контрактами с внешними организациями. Например, вложив в дело 1 тыс. руб., владельцы фирмы получают прибыль 7%. Если в это время процентная ставка составляет также 7%, то полученная прибыль будет нормальной. Эта сумма является «нормальной» в том смысле, что владельцы фирмы при нормальной ситуации получили бы эти денежные средства, вложив капитал в какое угодно иное предприятие, она не является «прибылью» в сугубо экономическом смысле этого слова. Во избежание недоразумений в литературе часто отдается предпочтение терминам «нормальный доход на капитал» или «альтернативные издержки капитала», а не термину «нормальная прибыль».¹

Прибыль (убыток) от реализации товаров определяется как разность между валовым доходом от реализации товаров (без учета налога на добавленную стоимость) и издержками обращения.

При определении прибыли от реализации основных фондов и иного имущества учитывается разница (превышение) между продажной ценой (без налога на добавленную стоимость) и остаточной (первоначальной) стоимостью этих фондов и имущества, увеличенной на индекс инфляции, который исчисляется в порядке, установленном Правительством РФ. При этом понятие «остаточная стоимость имущества» рассматривается применительно к основным фондам, нематериальным активам, а первоначальная стоимость – для прочего имущества.

В состав доходов (расходов) от внереализационных операций включаются: доходы, получаемые от долевого участия в деятельности других предприятий, от сдачи имущества в аренду, дивиденды (проценты) по акциям, облигациям и иным ценным бумагам, принадлежащим предприятию, а также другие доходы (расходы) от операций, не связанных с реализацией товаров, включая суммы, полученные (уплаченные) в виде санкций за нарушение хозяйственных договоров. В составе внереализационных расходов учитываются налоговые платежи, относимые на финансовые результаты деятельности предприятия (налог на имущество, транспортный налог, прочие налоги).

Валовая (балансовая) прибыль характеризует конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия и представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации товаров, основных фондов, иного имущества и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. По экономическому значению балансовая и валовая прибыль тождественны.

Валовая прибыль с наибольшей полнотой и объективностью показывает результаты всех видов хозяйственной деятельности предприятия. Именно прибыль на практике отражает экономическую категорию «прибавочная стоимость», которая соответственно и подлежит распределению между предприятием и государственным бюджетом.

Чистая прибыль – это та часть валовой (балансовой) прибыли, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты в бюджет налога на прибыль.

Главное препятствие, с которым сталкивается торговое предприятие в процессе реализации своих возможностей максимизации прибыли, – это рост расходов, связанных с увеличением налоговых платежей в бюджет и обязательных отчислений в различные внебюджетные фонды, т.е. налогового бремени.

Рассмотрим понятие и порядок формирования налогооблагаемой прибыли. Налогооблагаемая прибыль – это сумма части валовой прибыли, подлежащая налогообложению. Объектом налогообложения является валовая прибыль предприятия, уменьшенная или увеличенная в соответствии с положениями действующего законодательства.

При исчислении налогооблагаемой прибыли из валовой прибыли торгового предприятия исключаются:

доходы от долевого участия в деятельности других предприятий;

дивиденды по акциям, проценты по облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим торговому предприятию;

доходы, подлежащие налогообложению по особым ставкам (доходы от аренды, проката видео – аудиокассет и записи на них);

прибыль от посреднических операций и сделок (комиссионная торговля относится к посреднической деятельности).

Указанные суммы не исключаются из валовой прибыли потому, что такие доходы облагаются налогом по установленным ставкам у источника их выплаты. Ставка налога на прибыль в 2002 г. составляла 30%, в 2003 г. она была снижена до 24%.

Законом РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» для предприятий установлены льготы, предусматривающие уменьшение налогооблагаемой прибыли. Эти льготы предоставляются всем предприятиям, если средства направлены на:

финансирование капитальных вложений производственного и непроизводственного назначения (при условии полного использования сумм начисленного износа основных фондов);

благотворительные цели (3% суммы налогооблагаемой прибыли);

в российские фонды фундаментальных исследований и технологического развития (до 10%);

погашение кредитов банков, полученных на финансирование капитальных вложений;

выплаты дивидендов работникам, инвестировавшим их внутри предприятия на техническое перевооружение, реконструкцию, строительство объектов производственной и социальной инфраструктуры;

проведение других мероприятий, определяемых в законодательном порядке.

При этом суммарный размер льгот, исключаемых из налогооблагаемой прибыли, не может превышать 50% фактической суммы налога, исчисленной без учета этих льгот.

Для арендных торговых предприятий, созданных на основе аренды имущества государственных предприятий, сумма налога на прибыль уменьшается на сумму арендной платы (за вычетом амортизационных отчислений, ходящих в состав этой суммы), поскольку арендная плата подлежит взносу в бюджет в установленном порядке.

Наиболее сложная проблема, которую решает предприятие при определении размера причитающегося к уплате налога на прибыль, – это определение для целей налогообложения доходов и расходов, полученных и произведенных по всем видам деятельности. Правила бухгалтерского учета доходов, расходов и прибыли и отражения этих показателей в финансовой отчетности (форма №2) отвечают интересам налоговых органов.

Налоговое законодательство является определяющим в вопросах регулирования бухгалтерского учета прибыли, и поэтому в отчетности не отражаются важнейшие экономические показатели, которые нужны торговому предприятию, а именно: рентабельность основных фондов (величина прибыли на 1 м² торговой площади), рентабельность капитала (величина прибыли на 1 руб. капитала), величина прибыли на 1 руб. издержек обращения (или 1 руб. совокупных экономических издержек) и т.п.

Действующая в настоящее время финансовая отчетность не позволяет выявить, сколько было затрачено средств на осуществление хозяйственной деятельности и, следовательно, насколько прибыльной она является. Для получения такой информации необходимо сделать определенные корректировки в части определения фактических затрат, так как к издержкам обращения приплюсовываются затраты, относимые на прибыль.

Представляется целесообразным проводить экономический расчет по каждой коммерческой сделке, чтобы получить представление о соотношении между затратами на приобретение, доставку, хранение товаров и выручкой от их продажи. Коммерческая сделка считается выгодной, если она сможет обеспечить чистую прибыль в размере не менее 20–30% затрат. Такое жесткое требование обусловлено высокой степенью риска, характерного для коммерческой сделки.

Назовем условия роста прибыли в торговле: расширение ассортимента товаров; внедрение инноваций коммерческого характера с целью увеличения объемов продажи новых товаров, пользующихся повышенным спросом; отсутствие страха перед коммерческим риском; разумное использование средств, получаемых от экономии затрат. При этом необходимо выбрать стратегию коммерческой деятельности: либо снижать цену товаров в соответствии с уменьшением спроса на имеющиеся в наличии товары в расчете на то, что это приведет к росту объема продажи и может увеличить прибыль, либо не изменять цену, ориентируясь на сохранение стабильности умеренного спроса. Выбрав первый вариант стратегии, можно, кроме того, достичь ускорения оборачиваемости денежных средств (собственного оборотного капитала). По второму варианту возможно замораживание собственного капитала на какое-то время, в результате может возникнуть необходимость привлечения заемного капитала, что потребует дополнительных финансовых затрат на уплату процентов за предоставляемые кредиты, ссуды.

Прибыль и убытки представляют собой разницу между предварительной оценкой затрат и доходов и реально осуществленными затратами и полученными доходами. При чем эта разница может быть следствием выбора стратегии коммерческой деятельности.

Недостаточно просто покрыть издержки производства выручкой от реализации, необходимо также получить прибыль. Сущность прибыли наиболее полно выражается в ее функциях. В отечественной литературе нет единого мнения по вопросу о функциях прибыли; в разных источниках насчитывается от двух до шести функций. Большинство экономистов выделяют три функции, наиболее соответствующие природе прибыли. Это функции обобщающего оценочного показателя деятельности, воспроизводственная и стимулирующая функции. Помимо этого прибыль выступает источником вознаграждения владельцев акций, паев в уставном капитале предприятия; служит источником пополнения государственного бюджета.

В соответствии с первой функцией прибыль характеризует результат деятельности хозяйствующего субъекта. Прибыль представляет собой итог его деятельности, который зависит от уровня себестоимости, качества и количества выпускаемой продукции, производительности труда, степени использования производственных фондов, организации управления, материально – технического снабжения и прочих доходов, а главное – от того, насколько эта продукция удовлетворяет потребности потребителя, то есть, имеет ли она спрос. Величина прибыли складывается под воздействием многих факторов и отражает практически все стороны деятельности хозяйствующего субъекта.

Наряду с оценочной функцией прибыль выполняет функцию стимулирования. Стимулирующая функция прибыли проявляется не только в направлении части ее на экономическое стимулирование, а связана со всем процессом формирования, распределения и использования прибыли. При этом прибыль служит как бы «узлом» взаимоувязки интересов общества, организации и отдельных работников.

Еще одной функцией прибыли является воспроизводственная функция, в которой она выступает как один из основных источников ресурсов расширенного воспроизводства. Раскрытие экономической природы прибыли, объективных общеэкономических закономерностей и предпосылок ее образования и существования необходимо, но недостаточно для понимания механизма формирования прибыли корпораций в современных условиях.

«Под прибылью понимается результат деятельности фирмы (компании, корпорации). Для всех фирм обязательным условием является максимизация прибыли: прибыль максимальна, когда предельный доход равен предельным издержкам».¹ Правило максимизации прибыли заключается в выборе такого объема производства и реализации товара, чтобы его цена равнялась долговременным предельным издержкам. Как известно, издержки фирмы подразделяются на постоянные и переменные. Предельные издержки представляют собой дополнительные переменные издержки, связанные с каждой дополнительной единицей выпуска, реализации продукции.

Фирмы, как правило, решают задачу максимизации прибыли на долговременный период. Те из них, которые вплотную не занимаются максимизацией прибыли, имеют мало шансов на выживание. Фирмы, выживающие в конкурентных условиях, придают долговременной максимизации прибыли одно из первостепенных значений.

Фирмы, обладающие значительным объемом собственного капитала, могут получать дополнительный доход в виде процентов на собственный капитал. В этом случае налогооблагаемая прибыль увеличивается на сумму полученных процентных выплат на собственный капитал, что отражается в отчете по прибыли. В зарубежной практике применяется термин «издержки утраченных возможностей», «упущенная (недополученная) прибыль (выгоды)». Под издержками утраченных возможностей понимаются издержки и потери дохода, которые возникают за счет отдачи предпочтения при наличии выбора одному из способов осуществления хозяйственных операций при отказе от другого возможного способа. В учебной литературе по рыночной экономике и предпринимательству они называются неявными или имплицитными издержками. В совокупности с явными издержками, которые отражаются в бухгалтерском учете, они образуют экономические издержки. Соответственно издержкам и прибыль называют бухгалтерской и экономической.

Распределение прибыли основывается на соблюдении трех принципов: обеспечение материальной заинтересованности работников в достижении наивысших результатов при наименьших затратах; накопление собственного капитала; выполнение обязательств перед государственным бюджетом. Под распределением прибыли понимается порядок ее направления, определяемый законодательством. В рыночной экономике значительная часть прибыли изымается в форме налогов (38–45% валовой прибыли), которые государство направляет на пополнение доходов бюджета.

Законом РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» предоставляется право предприятиям направлять часть валовой прибыли на финансирование капитальных вложений производственного и социального назначения, а также на погашение кредитов банков, полученных на эти цели. Это позволяет уменьшить фактическую сумму налога на прибыль, исчисленную без учета этой льготы, но не более чем в 2 раза.

Кроме того, законом разрешено за счет валовой прибыли покрывать расходы, которые связаны с погашением кредитов коммерческих банков, полученных на финансирование капитальных вложений. Если предприятие эти кредиты использует не по целевому назначению, то полученная от их использования прибыль подлежит налогообложению в общем порядке.

Цель анализа распределения прибыли – установить, насколько рационально распределяется и используется прибыль с позиции самовозрастания (самоокупаемости) капитала и самофинансирования торгового предприятия. При этом обязательно исследуются направления использования прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

В России резервный капитал (резервный фонд) создается и пополняется за счет прибыли только в акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью. В резервный фонд можно направлять не более 50% суммы прибыли, подлежащей налогообложению. Средства этого фонда имеют целевое назначение – для покрытия непредвиденных потерь, компенсации риска, других расходов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности и при распределении прибыли в различные фонды предприятия. Существование резервного фонда определяет возможности выплаты дивидендов по акциям в случае недостатка суммы чистой прибыли.

Если суммы уставного капитала и фонда накопления превышают величину полученной прибыли, можно говорить об устойчивости финансовой направленности средств на развитие предприятия. Уравнение соотношения этих сумм свидетельствует о предкризисном состоянии.

Когда сумма средств для потребления больше уставного капитала, предприятие – потенциальный банкрот, происходит «проедание» имущества предприятия, деятельность которого может характеризоваться убытками. Выявление пропорции (в процентном соотношении) использования чистой прибыли характеризует распределительную политику руководства предприятия. Так, соотношение фондов потребления и фондов накопления один к четырем свидетельствует о значительном инвестировании. Чистая прибыль является важным источником расширенного воспроизводства, за счет нее осуществляются инвестирование капитального строительства, расширение и реконструкция существующих основных фондов, покрытие потребности в оборотных средствах, на ее основе формируются фонды социального назначения.

Направляя значительную долю чистой прибыли на текущие потребности, предприятия снижают темпы экономического роста и, следовательно, ограничивает возможности будущего потребления. Прибыль, направленная на инвестирование (капиталовложения), способствует ускорения экономического роста, тем самым расширяются возможности будущего потребления.

Торговля – это наиболее выгодная отрасль капитальных вложений, так как срок их окупаемости сравнительно невелик, а прибыль на вложенный капитал обеспечивает быструю окупаемость вложений. Применение более квалифицированной рабочей силы, прибыльное размещение капитала, внедрение новых технологий бизнеса зависят от такого фактора, как предпринимательская способность руководства предприятия.

В общем виде прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, распределяется на фонды накопления и фонды потребления. Эти фонды различаются по принадлежности к собственникам. На акционерном предприятии фонды потребления находятся в собственности акционеров, учредителей. Поэтому фонды потребления не могут быть отнесены к капиталу предприятия. Различие капитала и фондов состоит в том, что капитал образуется в результате накопления имущества, а фонды накопления – в результате распределения чистой прибыли.

Российское законодательство предоставляет предприятиям независимо от организационно-правовой формы собственности право оперативно маневрировать поступающей в их распоряжение прибылью после уплаты налоговых платежей в бюджет. Разность между совокупной величиной прибыли по всем видам деятельности предприятия и ее использованной частью за отчетный период (квартал) представляют собой нераспределенную прибыль.

Следует подчеркнуть, до 1993 г. показатель нераспределенной прибыли в бухгалтерских балансах отсутствовал, поскольку всю прибыль отчетного года распределяли в установленном порядке, а свободную ее часть присоединяли к уставному фонду. С развитием рыночных отношений нераспределенная прибыль прошлых лет становится устойчивой, долговременно функционирующей добавочной частью собственного капитала (добавочным капиталом) предприятия.

Нераспределенная прибыль – принципиально новый показатель, характеризующий экономический рост предприятия на основе собственных средств. В составе нераспределенной прибыли одна часть характеризует величину накопленной прибыли, вторая часть представляет собой свободную прибыль, т.е. прибыль, которая не получила по сути никакого направления.

Следует отметить, что прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, не может быть полностью отнесена к собственному капиталу.

Все фонды потребления, даже такие накопления, как вложения в социальную сферу (например, строительство пансионата), к собственному капиталу не относятся. Это не капитал предприятия в чистом виде, а, по сути, то, что предприятие отдало коллективу на улучшение его социальных нужд.

В фондах специального назначения аккумулируется значительная часть прибыли, зарезервированная или направленная на образование источников финансирования затрат на создание нового имущества предприятия производственного назначения и социальной инфраструктуры, а также на нужды социального развития (кроме капитальных вложений), материальное поощрение работников.

Фонд специального назначения четко разграничивают средства, направленные предприятием на производственное развитие и на потребительские нужды. В этой связи образуются две самостоятельные группы фондов: фонды накопления и фонды потребления.

В аналитическом учете и бухгалтерской отчетности фонды специального назначения показываются раздельно по двум самостоятельным направлениям прибыли: фонды накопления и фонды потребления. Фонды накопления объединяют ту часть прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, которая направлена на строительство и приобретение основных фондов, т.е. на создание нового имущества предприятия.

В составе фондов специального назначения, образуемых предприятием за счет чистой прибыли, наибольшую долю занимают фонды потребления. Средства фондов потребления предназначены для финансирования расходов на социальные нужды (кроме капитальных вложений в социальную сферу) и материальное стимулирование коллектива предприятия. За счет средств фондов потребления работникам выплачиваются премии, не связанные с производственными результатами, различного вида поощрения, вознаграждения за долголетнюю трудовую деятельность, в связи с юбилейными датами и в иных аналогичных случаях. Социальные и компенсационные выплаты, произведенные предприятием сверх норм, установленных законодательством, также осуществляются за счет средств фонда потребления. К социальным выплатам относятся: материальная помощь, оплата путевок для работников и их детей на лечение и отдых, приобретение за счет предприятия медикаментов и т.п.

К фондам специального назначения относится фонд социальной сферы в качестве финансового обеспечения развития (капитальных вложений) социальной сферы.

Изъятие в бюджет предусмотренных законодательством экономических санкций производится за счет оставляемой в распоряжении предприятия прибыли после начисления налога. К ним относятся: штрафы за сокрытие (занижение) прибыли от налогообложения (по решению налоговых органов); пени за несвоевременное перечисление платежей в бюджет; экономические санкции за нарушение государственной дисциплины цен (по решению органов ценообразования и контроля за ценами).

По экономическому содержанию фонды – это чистая прибыль отчетного года либо прошлых лет, распределенная по фондам для ее целевого использования: на приобретение новой техники; мероприятия социальной направленности, материальное поощрение и прочие нужды.

Совет учредителей вправе направлять средства фондов на покрытие убытков, перераспределять средства фондов между ними, направлять часть средств на увеличение уставного капитала и финансирование других мероприятий. В любом случае на основании решения Совета учредителей перераспределение чистой прибыли оформляется протоколом, и после регистрации изменений и дополнений в учредительных документах бухгалтерия предприятия выполняет соответствующие проводки.

Бесфондовый метод чаще всего используют малые предприятия. Обычно они формируют резервный фонд, отчисления в который могут повлиять на налогооблагаемую прибыль за счет возможных льгот по налогу на эти отчисления.

Фондовый метод использования прибыли предполагает распределение чистой прибыли в соответствии с учредительными документами по фондам, в которых предусмотрена величина отчислений. Порядок формирования и расходования средств фондов определяется предприятием самостоятельно и закрепляется в уставе и приказе об учетной политике предприятия.

Главной целью любого коммерческого предприятия является получение прибыли в размере, необходимом для обеспечения нормального функционирования, включая инвестирование средств в активы и использование прибыли на цели потребления. При этом отдача на вложенный собственниками капитал должна быть не ниже той ставки доходности, по которой средства могли бы быть размещены вне предприятия. Учредитель, предоставляя капитал, теряет возможность получения дохода от вложения имеющихся у него средств. Компенсацией собственникам должны стать будущие доходы в виде роста стоимости акций и дивидендов.

Не менее важной для действующего предприятия целью является сохранение источника дохода, т.е. собственного капитала. Значимость его для жизнеспособности и финансовой устойчивости предприятия настолько высока, что она получила законодательное закрепление в Гражданском кодексе РФ в части требований о минимальной величине уставного капитала; соотношении уставного капитала и чистых активов; возможности выплаты дивидендов в зависимости от соотношения чистых активов и суммы уставного и резервного капитала.

Руководствуясь данным положением, распределение балансовой прибыли должно осуществляться по следующим этапам.

На первом этапе из суммы балансовой прибыли вычитается планируемый размер налоговых и других обязательных платежей, осуществляемых за счет этого источника, и определяется сумма прибыли, остающаяся в распоряжении предприятия.

На втором этапе планируется распределение прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, на капитализируемую и потребляемую ее части. Если владельцы предприятия придерживаются остаточного принципа формирования своих доходов, то приоритетной задачей является возможно более полное удовлетворение потребности в собственных финансовых ресурсах, формируемых за счет прибыли.

На третьем этапе в составе капитализируемой части прибыли выделяются средства, направляемые в резервный, страховые и другие обязательные фонды специального назначения, обеспечивающие производственное развитие и предусмотренные уставом предприятия. Оставшаяся часть капитализируемой прибыли распределяется по конкретным направлениям ее использования.

На четвертом этапе планируемая к потреблению часть прибыли распределяется на фонд выплаты доходов владельцам имущества и фонд стимулирования персонала предприятия (при этом должны быть обеспечены обязательства по коллективному договору и индивидуальным трудовым контрактам). Определенная часть этой прибыли может планироваться и в иных формах ее потребления (например, на благотворительные цели).

Для оценки эффективности распределения прибыли используется коэффициент ее капитализации. Он рассчитывается по следующей формуле:

Ккп = КП / ЧП · 100,¹ (1)

где Ккп – коэффициент капитализации прибыли торгового предприятия;

КП – сумма капитализируемой прибыли (прибыли, обеспечивающей предстоящее производственное развитие предприятия);

ЧП – общая сумма чистой прибыли (прибыли, остающейся в распоряжении предприятия).

Чем выше это показатель, тем больше у предприятия возможностей осуществлять свое стратегическое развитие на принципах самофинансирования, тем выше темпы возрастания его рыночной стоимости.

Стремление к получению сиюминутного дохода и максимально возможному изъятию прибыли говорит о том, что по субъективным или объективным причинам цель «зарабатывания» является первостепенной в

системе приоритетов собственников предприятия или команды управления. Это, в свою очередь, означает, что цель сохранения капитала для обеспечения долгосрочного устойчивого функционирования предприятия отступает на второй план.

Наоборот, капитализация, или реинвестирование, полученной прибыли и, как следствие, увеличение собственного капитала способствуют повышению финансовой устойчивости. Реинвестирование чистой прибыли выступает альтернативой привлечения иных источников финансирования, в частности, таких, как кредиты банка или спонтанное увеличение кредиторской задолженности. Следует иметь в виду, что финансирование из заемных источников предполагает соблюдение ряда условий, обеспечивающих определенную финансовую надежность предприятия. В составе таких условий немалое значение имеет доля уже имеющихся долгов в совокупных пассивах. Не случайно показатель, характеризующий долю собственного капитала в совокупных источниках финансирования, в практике финансового анализа получил название коэффициента долгосрочной платежеспособности.

Особо необходимо отметить, что плата за пользование заемными средствами, имеющая, как правило, фиксированный размер, создает дополнительный финансовый риск для собственников в случае непредвиденных обстоятельств, таких, как падение спроса на продукцию, рост затрат, изменение процентных ставок. В условиях сложного финансового положения, в котором находится в настоящее время большинство российских предприятий, это может стать причиной утраты платежеспособности: предприятия оказываются не в состоянии обеспечить больший приток средств, необходимый для покрытия возросших расходов.

Реинвестирование прибыли является источником увеличения собственного капитала и, следовательно, способствует сохранению капитала. Вместе с тем растущая величина собственного капитала делает все более сложным обеспечение прежнего уровня отдачи на вложенный собственный капитал. Поэтому выбор второй цели как приоритетной отодвигает достижение первой цели.

Наоборот, сокращение доли собственного капитала при неизменном уровне прибыли ведет к увеличению рентабельности собственного капитала и, следовательно, способствует достижению первой из названных в начале статьи целей. Рост рентабельности собственного капитала за счет увеличения объема заемного финансирования становится возможным лишь при условии, что стоимость привлечения заемных средств ниже доходности вложений в деятельность предприятия. В противном случае дополнительное заимствование ведет к сокращению рентабельности собственного капитала. Механизм влияния привлечения заемного капитала на рентабельность собственного капитала получил название, известное в практике финансового анализа как эффект финансового рычага.

**1.2 Рентабельность торгового предприятия: методика ее расчета**

Как уже отмечалось, прибыль – это конечный финансовый результат деятельности предприятия. При рыночной экономике результаты деятельности оцениваются системой показателей, основным среди которых является рентабельность, определяемая как отношение прибыли к одному из показателей функционирования торгового предприятия. При расчете рентабельности могут быть использованы разные показатели прибыли. Это позволяет выявить не только общую экономическую эффективность работы предприятия, но и оценить другие стороны его деятельности.

«Нормой прибыли считается показатель рентабельности, исчисленный процентным соотношением суммы чистой прибыли к объему товарооборота или стоимости всего капитала».¹

Расчет общей экономической рентабельности (прибыльности) торгового предприятия выполняется по формуле

Рο = П/Т • 100, (2)

где Рο – общая экономическая рентабельность хозяйственной деятельности предприятия;

П – сумма прибыли (валовой или чистой);

Т – объем товарооборота (без НДС).

Данная формула расчета применима и для определения прибыльности капитала (вложенных средств) торгового предприятия: показатель товарооборота надо заменить на показатель капитала. Преобразовав эту формулу путем умножения и деления на показатель товарооборота, получим два показателя: рентабельность товарооборота (продаж) и оборачиваемость капитала:

Рο = П/К • Т/Т = П • Т/ Т • К = П/Т • Т/К или Рο = Рт • Ок, (3)

где Рт – рентабельность товарооборота (продаж);

Ок – оборачиваемость капитала предприятия (число оборотов).

Рентабельность товарооборота (продаж) (Рт) отражает зависимость между прибылью и товарооборотом и показывает величину прибыли, полученную с единицы проданного товара.

Коэффициент прибыльности продаж (П/Т) характеризует долю прибыли в товарообороте. По соотношению чистой прибыли и

товарооборота можно боле точно судить о финансовом результате деятельности торгового предприятия.

Оценка чистой рентабельности продаж имеет долгосрочный характер, поскольку определяет решение инвестора о вложении средств в капитал торговой фирмы путем покупки ее ценных бумаг.

Число оборотов капитала (Ок) отражает отношение товарооборота к величине капитала предприятия. На основе этого показателя можно определить сумму товарооборота на 1 руб. вложенного капитала.

Чем выше объем товарооборота, тем больше число оборотов вложенного капитала. Этот показатель можно воспринимать как оборачиваемость капитала, поскольку он показывает, сколько раз за данный период времени оборачивается каждый рубль вложенного капитала.

Регулирование общей экономической рентабельности сводится к воздействию на оба составляющих ее показателя – рентабельность продаж и оборачиваемость капитала.

Для характеристики эффективности использования собственного капитала определяют долю прибыли в собственном капитале (собственных средств) по соотношению прибыли (П) и средней величины собственного капитала (Кс):

Рк = П / Кс (4)

Показатель рентабельности собственного капитала (Рк) имеет важное значение для акционеров торгового предприятия. Он служит критерием оценки уровня котировки акций акционерного торгового предприятия на фондовой бирже, этот показатель позволяет инвесторам оценить потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные бумаги. На основе данного показателя можно определить период (число лет), в течение которого полностью окупаются средства, вложенные в акционерное торговое предприятие (1 / Рк).

Рентабельность производственных фондов торгового предприятия определяется по соотношению суммы прибыли (валовой, чистой) и средней стоимости основных и материальных оборотных средств, умноженному на 100:

Рф = [П: (ОФ + МС) ∙ 100], (5)

где Рф – рентабельность основных фондов, %;

П – сумма прибыли (валовой или чистой), руб.;

ОФ – средняя стоимость основных средств (фондов), руб.;

МС – средняя стоимость материальных оборотных средств, руб.

Наряду с показателями товарооборота, капитала, основных и оборотных средств для расчета уровня рентабельности (коэффициентов) применяются и другие показатели: издержки обращения, торговая площадь, численность персонала, каждый из которых подчеркивает определенный аспект результатов деятельности торгового предприятия.

Уровень рентабельности, исчисленный отношением суммы прибыли от реализации товаров к сумме издержек обращения, показывает эффективность текущих затрат. Увеличение или сокращение издержек обращения непосредственно влияет на уменьшение или рост прибыли. Этот показатель рентабельности определяет эффективность торговой сделки по товарам.

Рентабельность, рассчитанная по отношению к численности занятых на предприятии работников, характеризует эффективность использования рабочей силы и показывает размер полученной прибыли в расчете на одного работника. Наряду с этим показателем определяются величины валовой и чистой прибыли по отношению к фактической сумме затрат на оплату труда с учетом суммы обязательных отчислений во внебюджетные фонды (на социальное страхование, в пенсионный фонд, фонд занятости, фонд медицинского страхования). Данный показатель рентабельности отражает размеры валовой и чистой прибыли, полученной в расчете на 1 руб. средств, израсходованных на оплату труда и социальные нужды. Чем меньше численность персонала предприятия, тем, естественно, больше прибыли приходится на одного работника, что свидетельствует о повышении эффективности использования рабочей силы. Здесь непосредственно проявляется принцип: с меньшей численностью работников – больший эффект. Кроме того, имеется возможность определить зависимость достигнутых результатов хозяйственной деятельности предприятия от результата труда каждого работника.

Отношение прибыли от реализации товаров к величине торговой площади торгового предприятия характеризует размер полученной прибыли в расчете на 1 м² площади магазина. Этот показатель свидетельствует об эффективности использования торговых площадей и основного капитала торгового предприятия. Считается, что рациональное использование торговой площади позволяет повысить размер прибыли.

Показателем, отражающим отдачу на вложенный собственниками капитал, является показатель рентабельности собственного капитала. Для его расчета используется формула:

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия

Рск = – х 100%.¹ (6)

Собственный капитал

Количественным измерителем степени достижения второй цели – сохранения капитала выступает показатель, отражающий долю собственного капитала в совокупных пассивах:

Собственный капитал

Дск = – х 100%. (7)

Совокупный капитал

По динамике названных показателей в определенной степени можно оценивать то, какой из целей уделяется первостепенное внимание.

Если сами по себе вышеназванные формулы являются достаточно известными в практике финансового анализа, то их реальное наполнение имеет немало проблем. Прежде всего, это связано с обоснованием величины прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, поскольку на данный показатель влияют различные статьи отчета о прибылях и убытках, среди которых можно выделить стабильно повторяющиеся и случайные статьи. На конечный результат влияют операции списания основных средств с баланса по причине их морального износа; аннулирование производственных заказов (договоров); прекращение производства; убытки от стихийных бедствий, пожаров, аварий; судебные издержки; прибыли и убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году, и многие другие операции, имеющие, как правило, случайный характер.

В практике финансового анализа используется понятие «качества» прибыли. Чем больше случайных статей участвуют в формировании финансового результата, тем ниже качество прибыли, и, следовательно, тем меньшей достоверностью отличаются результаты анализа рентабельности собственного капитала. Поэтому анализ стабильности получаемого финансового результата должен стать составным элементом анализа. Существуют различные приемы такого анализа. В их числе можно выделить анализ динамики темпов роста основных показателей отчета о прибылях и убытках: результатов от реализации, финансово – хозяйственной деятельности, отчетного периода. Очевидно, что каждый следующий показатель испытывает влияние все большего числа факторов.

«Исследование деятельности предприятия базируется на анализе показателей финансовой отчетности. Существуют самые различные подходы к классификации финансовых показателей, которые целесообразно разделить на три группы: прибыли и рентабельности, финансового положения и платежеспособности».¹ Все три группы показателей необходимы для оценки хозяйственной и финансовой деятельности предприятия в качестве потенциального бенефициара инвестиций.

1. Основным критерием оценки эффективности деятельности предприятия являются показатели прибыли и рентабельности (profitability ratios). Валовая прибыль представляет собой разность между выручкой от продаж и себестоимостью продукции. Коэффициент валовой прибыли (gross margin) определяет процент превышения выручки от реализации товаров и услуг, что находит отражение в стратегии компании, эффективности производства и закупок, ценовой политике. Например, повышение коэффициента может свидетельствовать о снижении себестоимости продукции.

2. Коэффициент рентабельности продаж (return on sales – ROS) показывает долю валовой, чистой и операционной прибыли на одну единицу продаж. Рентабельность продаж определяется делением соответствующей прибыли на выручку. Тем самым возможно определить долю тех или иных издержек (производственных, накладных, административных и т.д.) в расчете на единицу реализованного продукта. Рассмотрение данных показателей в динамике способствует более эффективному управлению издержками производства.

3. Коэффициент рентабельности активов (return on assets – ROA) показывает способность компании использовать оборотный и необоротный капитал и сколько единиц денежных средств необходимо предприятию для получения единицы прибыли. При сравнении с общеотраслевыми показателями коэффициент применяется для определения конкурентоспособности компании. В активы включаются средства как собственников предприятия, так и кредиторов.

4. Коэффициенты рентабельности собственного и заемного капитала (return on equity – ROE) показывают эффективность использования собственного и заемного капитала, т.е. сколько единиц прибыли получено компанией за счет собственных и заемных средств.

Прибыль до вычета налогов считается более точной, так как уровень налоговых ставок зависит от политики государства, а не от менеджмента компании. Уровень выплачиваемых процентов также не зависит от компании. Данный коэффициент может выглядеть также следующим образом:

Чистая прибыль

– (8)

Собственный капитал + заемный капитал

5. Показатель рентабельности акционерного капитала (return on shareholder's capital) показывает уровень доходности вложений акционеров компании и включает следующие коэффициенты:

Чистый доход акционеров

Прибыль на акцию (EPS) = – (9)

Среднее число обращающихся акций

Наиболее часто используемый при анализе биржевых котировок показатель отношения рыночной цены акции к доходу на одну акцию, известный как индекс Р/Е (price to earnings ratio).

Дивиденды

К выплаты дивидендов = – (10)

Чистая прибыль

показывает долю дивиденда в прибыли компании.

Показатели прибыли и рентабельности деятельности предприятия имеют важнейшее значение с точки зрения оценки стратегического планирования компании, ее менеджмента, управления ресурсами и издержками производства, маркетинга и сбытовой деятельности.

**1.3 Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность торгового предприятия**

Выявление факторов, влияющих на прибыль, предполагает изучение экономических условий ее формирования. Под воздействием внешних и внутренних условий хозяйственной деятельности торгового предприятия существенно изменяются абсолютная величина и относительный уровень прибыли.

К внешним условиям можно отнести инфляцию, изменения в законодательствах и нормативных документах в области ценообразования, кредитования, импортирования товаров народного потребления, налогообложения предприятий, оплаты труда работников. Структура спроса населения на товары и услуги может изменяться в связи с государственной политикой доходов. Сдерживание индексации реальных доходов населения (размера минимальной заработной платы, пенсии, стипендии, различных денежных выплат социального назначения) в зависимости от темпов инфляции ведет к сокращению покупательной способности и, следовательно, к снижению объема продажи товаров.

Внутренние условия деятельности предприятия также влияют на формирование прибыли. Так, в связи с увеличением (или сокращением) количества работников возрастают (снижаются) затраты на оплату труда и социальные нужды, что в свою очередь может повлиять на рост (или уменьшение) валовой прибыли и соответственно чистой прибыли, хотя уровень рентабельности, исчисленный по отношению к товарообороту, может остаться на прежнем уровне или измениться незначительно.

Прибыль является синтетическим показателем, ее исследования должны носить системный характер. Это означает, что совокупность факторов, влияющих на прибыль, представляет собой систему, состоящую из нескольких элементов. К подсистеме образующих факторов, от которых зависит формирование валовой прибыли, относятся валовой доход от торговой деятельности, прибыль (убыток) от реализации основных фондов и иного имущества, сальдо доходов и расходов по внереализационным операциям. Другую подсистему образуют взаимовлияющие факторы.

На формирование прибыли от реализации товаров влияют те же факторы, что и на валовой доход и издержки обращения. Объем и уровень прибыли находятся в прямой зависимости от абсолютной величины и уровня валового дохода и в обратной зависимости от величины и уровня издержек обращения.

Основу формирования валового дохода торгового предприятия составляют доходы от торговой деятельности, поэтому в процессе управления доходами на предприятии им отводится главная роль. Сумма доходов от реализации товаров зависит от трех важнейших факторов:

а) уровня цен закупки товаров у поставщиков. В рамках товарного предложения на потребительском рынке эти цены обычно варьируют в определенном диапазоне. Выбор наиболее приемлемых для торгового предприятия цен закупки в увязке с другими условиями поставки осуществляется в процессе обоснования эффективности коммерческих сделок по закупке товаров у различных поставщиков;

б) уровня цен реализации товаров покупателям. Это уровень торговые предприятия устанавливают дифференцированно по отдельным товарам с учетом состояния спроса на них, уровня издержек обращения по их реализации, уровня их налогоемкости, необходимости обеспечения целевой суммы прибыли и ряда других факторов. Многообразие этих факторов и сложность их комплексного учета определяют необходимость разработки в этих целях специальной политики ценообразования («ценовой политики») на торговом предприятии;

в) объема реализации товаров.

При изучении факторов, влияющих на прибыль торгового предприятия, необходимо изучить факторы, влияющие на издержки обращения торгового предприятия. Эти факторы весьма многообразны. В процессе управления издержками обращения – их анализе, поиске резервов, экономии и планировании – все факторы принято подразделять на две основные группы: 1) зависящие от деятельности торгового предприятия (внутренние факторы); 2) не зависящие от деятельности торгового предприятия (внешние факторы).

1. **В системе факторов, зависящих от деятельности торгового предприятия**, выделяются следующие:

а) *Объем товарооборота*. Этот фактор оказывает наибольшее влияние на издержки обращения торгового предприятия, так как переменные их виды прямо связаны с изменением этого показателя. Рост объема товарооборота приводит к увеличению общей суммы издержек обращения, однако, уровень издержкоемкости при этом снижается (так как сумма постоянных издержек обращения остается неизменной). С ростом товарооборота до определенного предела сумма переменных, а соответственно и общих издержек обращения торгового предприятия растет обычно меньшими темпами, т. к. в составе переменных преобладают виды издержек обращения, имеющие дигрессивный характер (это связано с реализацией резервов более эффективного использования ресурсного потенциала предприятия). Однако, начиная с определенного момента, рост объема товарооборота вызывает еще больший рост суммы переменных, а частично и постоянных издержек обращения, в результате чего темпы роста общей их суммы могут превысить темпы роста объема товарооборота. Такая ситуация связана с необходимостью вовлечения дополнительного объема ресурсов всех видов на обеспечение прироста реализации товаров, в результате чего резко возрастают постоянные затраты, а в составе переменных в этом периоде начинают преобладать виды издержек обращения, имеющие прогрессивный характер. Следовательно, рост объема товарооборота лишь до определенных пределов может вызывать снижение уровня издержкоемкости на торговом предприятии.

б) *Состав товарооборота*. Различные виды товарооборота имеют разный уровень издержкоемкости. Наибольший уровень издержек обращения приходится на единицу продажи товаров населению, меньший – на единицу мелкооптового товарооборота, еще меньший – на единицу оптового товарооборота, а наименьший – на единицу торгово-посреднического оборота.

в) *Групповая структура товарооборота*. Различным группам товаров присущ различный уровень издержкоемкости. Так, в продовольственной торговле уровень издержкоемкости продажи плодоовощных товаров намного выше, чем алкогольных напитков; в непродовольственной торговле уровень издержкоемкости продажи галантерейных товаров значительно превышает уровень издеркжоемкости продажи мебели; в целом уровень издержкоемкости продажи продовольственных товаров более чем вдвое выше, чем аналогичный показатель по непродовольственным товарам.

г) *Скорость обращения товаров*. Чем ниже период обращения товарных запасов в днях, тем соответственно ниже на торговом предприятии уровень расходов по хранению товаров, их потерям от естественной убыли.

д) *Уровень производительности труда работников*. Чем выше объем товарооборота, приходящийся на одного работника торгового предприятия, тем соответственно ниже уровень расходов по оплате труда и других затрат по содержанию персонала на единицу товарооборота.

е) *Состояние используемых основных фондов*. Чем выше степень их износа, тем больше расходов несет торговое предприятие на их ремонт, тем выше уровень потерь товаров в процессе их хранения.

ж) *Обеспеченность собственными оборотными активами*. Чем выше этот показатель, тем меньшим объемом заемных финансовых средств пользуется торговое предприятие в процессе осуществления товарооборота, а соответственно тем ниже сумма и уровень процентов за кредит.

В системе факторов, не зависящих от деятельности торгового предприятия, выделяются следующие:

а) *Темпы инфляции в стране*. Чем выше этот показатель, тем быстрее растет сумма издержек обращения по оплате труда персонала; обслуживанию заемных финансовых средств; оплате услуг транспортных, ремонтных и других сторонних предприятий; отчислениям на социальные мероприятия.

б) *Уровень развития отдельных сегментов потребительского рынка*. В условиях «рынка продавца» уровень издержкоемкости реализации отдельных групп товаров значительно ниже, чем в условиях «рынка покупателя». Это связано с различиями в скорости обращения товарных запасов, в уровне расходов на рекламу, в уровне расходов на организацию торгового обслуживания покупателей и т.п.

в) *Изменение уровня государственных арендных ставок*. В настоящее время преимущественная часть торговых предприятий арендует помещения у государственных (муниципальных) органов управления имуществом. Поэтому периодический рост системы государственных арендных ставок вызывает повышение суммы издержек обращения.

г) *Изменение видов и ставок налоговых платежей, входящих в состав издержек обращения*. Значительная часть налоговых платежей торгового предприятия осуществляется за счет его издержек обращения. Поэтому изменение видов этих платежей или уровня налоговых ставок по ним отражается на общей сумме и уровне издержек обращения торгового предприятия.

Учет этих факторов позволяет более эффективно управлять издержками обращения торгового предприятия.

На практике валовая (балансовая) прибыль в основном создается за счет прибыли от реализации товаров, но она может быть увеличена (уменьшена) на величину выявленного положительного (отрицательного) сальдо по внереализационным операциям. На валовую прибыль может повлиять финансовый результат реализации основных фондов и иного имущества. Прибыль (убыток) от реализации основных фондов представляет собой разность между продажной (рыночной) и первоначальной их ценой или остаточной стоимостью с учетом переоценок, вызванных инфляцией. Если выявлено превышение первоначальной стоимости и понесенных расходов, связанных с выбытием основных фондов и иного имущества, над суммой выручки от их реализации, то соответственно на величину этого превышения уменьшается валовая прибыль. Если сумма выручки превышает первоначальную стоимость и расходы по выбытию основных фондов и иного имущества, валовая прибыль увеличивается на эту разницу.

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, зависит от суммы налога на прибыль, а чистая прибыль – от суммы затрат, относимых на прибыль.

Основными взаимовлияющими факторами являются: объем продажи товаров, розничные цены на реализуемые товары, издержки обращения, оборачиваемость и состав оборотных средств (оборотного капитала), фондовооруженность работников, налогоемкость предприятия, численность работников. К подсистеме взаимовлияющих факторов можно отнести элементы, которые традиционно не включаются при исчислении валовой (балансовой) прибыли, но фактически являются составляющими экономической прибыли. Это группа расходов предприятия, не учитываемых в издержках обращения, но относимых на прибыль, которая остается в распоряжении предприятия. Одним из факторов, снижающих величину экономической прибыли, является изъятие средств у предприятия за допущенные нарушения налогового законодательства. Разделив подсистему взаимовлияющих факторов на отдельные элементы – показатели, можно выявить степень влияния каждого из них на прибыль на основе применения методов и приемов экономико-математического анализа. Сначала определяется степень зависимости между каждым фактором и прибылью, а затем оценивается их комплексное влияние.

Для выявления степени воздействия того или иного взаимовлияющего фактора на величину прибыли можно применить метод комплексного анализа экономической эффективности хозяйственной деятельности. При этом в совокупность взаимовлияющих факторов включаются показатели, характеризующие ресурсы, затраты и конечные результаты. Затраты возникают в ходе целенаправленного потребления ресурсов. Можно сказать, что ресурсы трансформируются через затраты в конечные результаты хозяйственной деятельности.

При использовании метода комплексного анализа исходят из того, что рост значения любого взаимовлияющего фактора должен вызвать адекватный рост другого.

Развитие торгового предприятия возможно при следующих необходимых условиях:

Тп > Тт > Ти > Тф > Тр, (11)

где Тп – темп роста прибыли;

Тт – темп роста товарооборота;

Ти – темп роста издержек обращения;

Тф – темп роста фондовооруженности работников;

Тр – темп роста численности работников.

Коэффициенты роста того или иного показателя исчисляются путем их последовательного соотношения. Интенсивное развитие торгового предприятия может характеризоваться не только ростом товарооборота и прибыли, но и повышением производительности труда торговых работников, увеличением капитала.

Результаты факторного анализа служат экономической основой подготовки и принятия управленческих решений, направленных на выбор наиболее рационального пути дальнейшего развития торгового предприятия. По отношению валовой и чистой прибыли ко всем затратам, т.е. экономическим издержкам, можно определить, насколько валовой доход покрывает расходы предприятия, т.е. эффективность осуществления затрат.

Снижение издержек обращения в розничной торговле зависит от сокращения затрат на оплату труда и связанных с ними отчислений на социальные нужды. Стимулирование труда работников в зарубежной практике наряду с повышением должностных окладов осуществляется через так называемую систему участия работников в прибылях фирмы: работники приобретают акции фирмы по льготным ценам, а затем получают по ним соответствующие дивиденды. Работник участвует не только в получении прибыли, но и в распределении убытка фирмы, который может возникнуть в связи с изменениями рыночной конъюнктуры, снижением спроса населения, сокращением производства товаров и т.п.

Предполагается, что отдача от увеличения затрат на оплату труда должна расти быстрее, чем размер его оплаты. Фирма распределяет ту или иную часть прибыли не в форме наличных выплат, а в форме акций или переводит ее на банковские счета работников. Средства, зачисленные на банковские счета работников, образуют кредитный фонд, который фирма пускает в оборот, что в определенной мере снижает потребность в заемных средствах, при этом сокращаются затраты на выплату процентов по банковским кредитам.

Величина прибыли в торговле зависит от объемов спроса на товары и их предложения. Трудности, возникающие при продаже товаров в виду снижения спроса на них, могут привести к уменьшению как валового дохода от реализации товаров, так и валовой прибыли. Регулятором соотношения спроса и предложения на рынке выступают розничные цены. При низких ценах на товары объем спроса на них больше, а при высоких – меньше, поскольку существуют заменители этих товаров. По мере увеличения объема продаж норма прибыли растет, затем рост ее замедляется и наконец, она стабилизируется или снижается, что зависит от группы товаров.

Различная степень покупательского спроса на те или иные товары определяют дифференциацию объемов их продажи, что в свою очередь приводит к коммерческому риску, проистекающему из-за сокращения жизненного цикла товаров. Продолжительность пребывания товара на рынке сейчас значительно сократилась в связи с постоянным обновлением потребительских свойств изделий. В настоящее время из пяти выходящих на рынок новинок четыре вскоре снимаются с производства, так как не находят спроса у потребителей.

Объектом налогообложения предприятия помимо прибыли являются расходы на оплату труда работников, поэтому прибыль и численность работников – взаимовлияющие факторы. Чем больше численность занятых, тем больше расходы на оплату труда и соответственно больше налогов, исчисляемых от фактического фонда оплаты труда, уплачивает предприятие. В конечном счете это приводит к росту финансовых затрат (издержек обращения и расходов, относимых на чистую прибыль) и к уменьшению прибыли (валовой и чистой).

Таким образом, рассмотренные выше теоретические вопросы формирования прибыли и рентабельности положены в основу анализа конкретного предприятия ООО «Анюта».

**2. Анализ прибыли и рентабельности торгового предприятия (на примере ООО «Анюта»)**

**2.1 Краткая характеристика ООО «Анюта»**

На примере ООО «Анюта» рассматриваются деятельность торговой организации с точки зрения ее эффективности, величины получаемой прибыли и уровня рентабельности предприятия; проблемы, возникающие перед руководителями разных уровней, касающиеся вопросов максимизации прибыли и поиска резервов ее увеличения.

Фирма «Анюта» – это общество с ограниченной ответственностью, осуществляющее розничную торговлю продовольственными товарами. Учредителями фирмы являются 4 физических лица, имеющие одинаковую долю в уставном капитале.

ООО «Анюта» имеет 5 подразделений, 5 торговых точек, в которые входят основной магазин «Анюта», две точки общественного питания (Закусочная №1, Закусочная №2), два мини-магазина.

Основной магазин ООО «Анюта» имеет три отдела: гастрономический, кондитерский, промышленный, здесь же расположена Закусочная №1, в которой продают алкогольную продукцию.

Мини-магазин №66 и мини-магазин №03, расположенные на остановках общественного транспорта, осуществляют круглосуточную торговлю. Закусочная №2 расположена в полуподвальном помещении соседнего дома, которое ООО «Анюта» арендует у ЖСК.

Режим работы основного магазина: с 8.00 до 20.00, перерыв на обед с 13.30 до 14.00, режим работы Закусочной №2 с 8.00 до 23.00.

В каждом отделе магазина работает 1 продавец, который сменяется через неделю. В закусочных и мини-магазинах в одной смене работают два продавца. В мини-магазинах один продавец работает днем, другой ночью.

В штате магазина также есть 1 водитель, 1 грузчик, 1 сторож, 2 уборщицы.

В администрацию входят директор, главный бухгалтер, 2 бухгалтера, 3 заведующих отделами. Общая численность работников предприятия составляет 30 человек.

Одна заведующая контролирует кондитерский отдел, Закусочную №1 и мини-магазин №03, другая отвечает за гастроном, мини-магазин №66 и Закусочную №2. Третья заведующая ведет промышленный отдел и также является продавцом этого отдела.

В обязанности заведующих входит следить за товарным ассортиментом в отделах. Они должны заказать товар; следить за поставками, принимать товар, проверять правильность оформления сопроводительных документов (накладных, сертификатов, справок), следить за качеством и сроками хранения товаров.

Каждый из бухгалтеров ведет по 3 отдела, как и заведующие. Бухгалтеры обрабатывают первичные документы, вносят данные в компьютер, составляют внутреннюю отчетность.

В обязанности главного бухгалтера входит обобщение всех бухгалтерских данных; ведение Главной книги, составление налоговой отчетности и баланса, сдача отчетности в налоговую инспекцию.

Директор решает организационные вопросы и заведует финансами.

В последнее время в организации был произведен частичный ремонт складских помещений, также были установлены новые витрины в промышленном отделе и новые столики в Закусочной №1. Это позволило увеличить выручку в этих отделах в 2 раза. Самую большую выручку дают мини-магазины, она составляет в среднем 7 тыс. руб. в день. В основном это зависит от того, что мини-магазины расположены в достаточно оживленных местах, где большая проходимость покупателей, также играет роль то, что магазины работают круглосуточно. Меньше всего выручка в кондитерском отделе, так как в основном та покупают хлеб, различные мелкие товары (жевательные резинки, конфетки), а более дорогие товары мало пользуются спросом. Выручка кондитерского отдела в среднем составляет 1500 руб. в день. В целом по фирме товарооборот составляет в среднем 20 тыс. руб. в день.

Дневная выручка относится в банк и из этих средств производится оплата поставщикам за товар. Фирма имеет около 30 поставщиков различных товаров.

Работа фирмы отличается стабильностью, что позволяет ей удерживаться на рынке уже более 10 лет и приносить прибыль. Принципы формирования прибыли организации изложены в данной дипломной работе.

ООО «Анюта» – это юридическое лицо с частной формой собственности, существует как предприятие торговли с 1992 года.

До 1998 года предприятие называлось Многоотраслевая фирма «Анюта». В 1998 году оно было реорганизовано в общество с ограниченной ответственностью. Как общество с ограниченной ответственностью, предприятие создано несколькими лицами путем объединения их капитала (имущества) для ведения предпринимательской деятельности. Участники общества с ограниченной ответственностью несут ответственность по обязательствам общества в пределах сумм вкладов в уставный капитал. Участниками ООО «Анюта» являются 4 физических лица, которые имеют равную долю в уставном капитале фирмы в размере 150000 руб. в ценах 1998 года.

Среднесписочная численность предприятия составляет 30 человек, поэтому его можно отнести к малым предприятиям. По товарной специализации предприятие относится к смешанным, так как осуществляет торговлю как продовольственными, так и непродовольственными товарами.

Продажу продовольственных товаров осуществляют мини-магазины и закусочные. В основном магазине помимо продажи кондитерских и гастрономических товаров, осуществляется продажа товаров промышленного ассортимента. Поэтому основной магазин состоит из трех отделов: кондитерского, гастронома и промышленного.

Ассортимент гастрономического отдела составляют: различные консервы, замороженные продукты, колбасы, мясная нарезка, рыба соленная, молочные продукты и др.

Ассортимент кондитерского отдела составляют: конфеты, печенье, торты, пирожные, хлебобулочные изделия, чай, кофе, а также мороженое.

Ассортимент промышленного отдела очень широк. Здесь продается: посуда, декоративная косметика, бытовая химия, парфюмерия, лаки и краски для волос, средства по уходу за телом.

В мини-магазинах приблизительно такой же ассортимент продовольственных товаров и алкоголя как в основном магазине, только в меньших объемах.

В закусочных в основном осуществляется продажа винно-водочной продукции и различных закусок.

На предприятии применяются в основном две системы оплаты труда: повременная и сдельная. При повременной оплате труда заработная плата работнику начисляется в соответствии с окладом за фактически отработанное время. Сдельная система представляет собой оплату в зависимости от объема работ по установленным расценкам. Повременная оплата труда применяется для работников бухгалтерии и руководства. Заработная плата продавцам выплачивается в зависимости от объема товарооборота. Процент от выработки определяется в каждом случае индивидуально в зависимости от трудоемкости реализуемых товаров. К примеру, для продавцов кондитерского, вино-водочного отделов и гастронома этот показатель равен 3% от товарооборота, а для продавцов промышленного отдела и мини-магазинов 5%, так как мини-магазины осуществляют круглосуточную торговлю, а ассортимент товаров промышленного отдела относится к товарам с низкой оборачиваемостью. Заработная плата заведующих отделами состоит из фиксированных окладов и суммы, исчисляемой в процентах к товарообороту закрепленных за ними отделов. Такая система оплаты труда является дополнительным стимулом и влияет на качество их работы и деятельности всего магазина. Бухгалтерией ведется учет всех затрат предприятия, и эти данные используются руководством для принятия решения об уменьшении или увеличении некоторых статей расходов.

Начиная с 2000 г. предприятие постепенно переходило на уплату единого налога на вмененный доход. Сначала на уплату этого налога были переведены Закусочная №1 и Закусочная №2. Затем в 2002 г. предприятие полностью перешло на уплату ЕНВД в соответствии с российским законодательством. Так как ЕНВД уплачивается отдельно с каждого подразделения, учет хозяйственных операций и выявление финансового результата проводится отдельно по каждому подразделению. Такое положение, конечно, осложняет организацию учета и проведение анализа хозяйственной деятельности ООО «Анюта». Поэтому, в целях более полной сопоставимости факторов, для проведения анализа в дипломной работе будут использоваться данные, характеризующие различные аспекты деятельности предприятия за 2002–2003 гг. Сравнение этих периодов удобно еще и с той точки зрения, что в ООО «Анюта» компьютерный учет всех бухгалтерских операций ведется, начиная только с 2002 г. Использование компьютера позволяет сформировать отчетность по любым параметрам деятельности фирмы. Бухгалтерская программа 1:С Бухгалтерия намного облегчает работу бухгалтера. С ее помощью можно выдать информацию о деятельности любого подразделения ООО «Анюта» на любой момент времени. Не требуется больших усилий для проведения экономического анализа, так как в конце каждого отчетного периода программа выявляет финансовый результат по каждому отделу. А составление различных внутрифирменных отчетов и проведение расчетов по экономическому анализу, характеризующему финансовое состояние фирмы, делается в программе Microsoft Excel, которая имеет широкие возможности использования математических формул при расчете аналитических показателей.

Анализ хозяйственной деятельности является одной из важнейших подсистем общей системы управления торговым предприятием, которая направлена на обеспечение необходимой информацией таких важнейших сфер функционирования, как определение целей деятельности, формирование стратегии маркетинга и финансовой политики, прогнозирование и планирование вех аспектов торгового процесса, контроль за его ходом. На основе экономического анализа вырабатывается стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, оцениваются результаты работы по продаже товаров и оказанию услуг населению. Задача экономического анализа состоит в том, чтобы из различного рода данных, отражающих отдельные явления и факты, составить общую, целостную картину хозяйственного процесса, выявить присущие ему тенденции и предложить наилучший в данных условиях вариант для принятия решения по управлению этим процессом. Таким образом, анализ всегда предшествует управленческим решениям и действиям, обосновывает их, обеспечивает объективность и эффективность. Цель анализа носит двойственный характер: с одной стороны, он призван определить экономическую эффективность торговой деятельности и степень достижения поставленных целей, а с другой, – выявить оптимальные направления развития этой деятельности на текущий и перспективный период. Поэтому анализ является важнейшей компонентой процесса планирования, который и начинается, и заканчивается аналитическим изучением итогов деятельности предприятия. Экономический анализ не только является средством обоснования планов торгового предприятия и контроля за ходом их выполнения, но и во многом способствует выявлению внутрихозяйственных резервов, экономному использованию всех видов ресурсов, в результате чего улучшается экономическое положение предприятия, повышается эффективность торговой деятельности.

**2.2 Анализ прибыли и рентабельности предприятия**

Достижение высоких результатов работы предприятия предполагает управление процессом формирования, распределения и использования прибыли. Управление включает анализ прибыли, ее планирование и постоянный поиск возможностей увеличения прибыли.

Экономический анализ – важнейшая стадия работы, предшествующая планированию и прогнозированию финансовых ресурсов предприятия, эффективного их использования. Результаты анализа служат основой для принятия управленческих решений на уровне руководства предприятием и являются исходным материалом для работы финансовых менеджеров.

В задачи анализа финансовых результатов входят:

* оценка динамики показателей балансовой и чистой прибыли;
* изучение составных элементов формирования балансовой прибыли;
* выявление и измерение влияния факторов, воздействующих на прибыль;
* анализ показателей рентабельности;
* выявление и оценка резервов роста прибыли, способов их мобилизации.

Анализ динамики балансовой прибыли, темпов ее прироста в сопоставлении с динамикой величины и прироста чистой прибыли представляет значительный интерес. Результаты анализа могут свидетельствовать о снижении темпов прироста чистой прибыли по сравнению с балансовой и наоборот. Полезную информацию можно почерпнуть из анализа динамики доли чистой прибыли в балансовой. Если доля чистой прибыли растет, это свидетельствует об оптимальной величине уплачиваемых налогов, заинтересованности предприятия в результатах работы и эффективном хозяйствовании.

Прибыль от реализации продукции, работ, услуг занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли предприятия. Ее величина формируется под воздействием трех основных факторов: себестоимости продукции, объема реализации и уровня действующих цен на реализуемую продукцию. Важнейшим из них является себестоимость. Количественно в структуре цены она занимает значительный удельный вес, поэтому снижение себестоимости очень заметно сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях. Динамика показателя себестоимости продукции интересна и с другой точки зрения. Снижение затрат в масштабе народного хозяйства страны свидетельствует об уровне хозяйствования в целом и отражает положительные процессы в экономике.

На многих предприятиях существуют подразделения экономических служб, которые занимаются постатейным анализом себестоимости, изыскивают пути ее снижения. Но в значительной мере эта работа обесценивается инфляцией и ростом цен на исходное сырье и топливно-энергетические ресурсы. В условиях резкого роста цен и недостатка собственных оборотных средств у предприятий возможность прироста прибыли в результате снижения себестоимости исключена.

Увеличение объема реализации продукции в натуральном выражении при прочих равных условиях ведет к росту прибыли. Возрастающие объемы производства продукции, пользующейся спросом, могут достигаться с помощью капитальных вложений, что требует направления прибыли на покупку более производительного оборудования, освоение новых технологий, расширение производства. Этот путь сейчас для многих предприятий затруднен или почти невозможен по причине инфляции, роста цен и недоступности долгосрочного кредита. Предприятия, располагающие средствами и возможностями для проведения капитальных вложений, реально увеличивают свою прибыль, если обеспечивают рентабельность инвестиций выше темпов инфляции.

Не требует капитальных затрат ускорение оборачиваемости оборотных средств, которое также ведет к росту объемов производства и реализации продукции. Однако инфляция достаточно быстро обесценивает оборотные средства, предприятиями на приобретение сырья и топливно-энергетических ресурсов направляется все большая их часть, неплатежи покупателей и требуемая предоплата отвлекают значительную часть средств из оборота покупателей. Причинами неплатежей являются не только недостаток оборотных средств и неустойчивое финансовое положение предприятий, но и низкая финансово-расчетная дисциплина, недостатки в работе банковской системы, неразвитость вексельного обращения.

Поскольку прибыль от реализации продукции занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли, то анализ факторов, ее определяющих, имеет значение для выявления резервов роста всей балансовой прибыли.

При стабильных экономических условиях хозяйствования основной путь увеличения прибыли от реализации продукции состоит в снижении себестоимости в части материальных затрат. В отраслях, ориентированных на конечного потребителя, решающее значение имеют объемы производства и реализации продукции, определяемые спросом, уровень себестоимости, но без ущерба для качества потребительских товаров.

Анализ прибыли поводится в целом по торговому предприятию, его подразделениям, видам деятельности (розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание).

Анализ прибыли начинается с изучения динамики массы прибыли и анализа выполнения плана прибыли, если он был разработан на данном предприятии. При анализе прибыли определяется сумма перевыполнения (недовыполнения) плана прибыли, ее увеличение (уменьшение) в отчетном году по сравнению с предшествующим годом, а также рассчитываются процент выполнения плана по прибыли, темп ее изменения по сравнению с предыдущими годами. Такой анализ целесообразно проводить в разрезе отдельных видов прибыли (прибыль от реализации товаров, прибыль от финансово-хозяйственной деятельности, чистая прибыль).

Анализ прибыли торгового предприятия необходимо проводить не только путем сравнения фактически достигнутых результатов с планом или с показателями за аналогичный период прошлых лет, но также путем проведения более углубленного исследования, целью которого является определение и количественная оценка влияния на прибыль отдельных факторов.

Прибыль от реализации товаров зависит от изменения объема товарооборота, среднего уровня валового дохода, остающегося в распоряжении торгового предприятия, и среднего уровня издержек обращения.

Влияние изменения объема товарооборота на сумму прибыли рассчитывается по формуле:

Вл.Т = Ро (Т1 – То) / 100, (12)

где Вл.Т – влияние изменения объема товарооборота, руб.;

Ро – уровень рентабельности в предшествующем году (или по плану), % к обороту;

Т1 – фактический объем товарооборота в отчетном году, руб.;

То – объем товарооборота в предшествующем году (по плану), руб.

Влияние изменения среднего уровня валового дохода, остающегося в распоряжении торгового предприятия, определяется по формуле:

Вл.УВД = Т1 (УВД1 – УВДо) / 100, (13)

где Вл.УВД – влияние изменения среднего уровня валового дохода, остающегося в распоряжении торгового предприятия, руб.;

Т1 – фактический объем товарооборота в отчетном году, руб.;

УВД1 – уровень валового дохода в отчетном году, % к обороту;

УВДо – уровень валового дохода в предшествующем году (по плану), % к обороту.

Изменение уровня издержек обращения определяется по формуле:

Вл.УИО = Т1 (УИО1 – УИОо) /100, (14)

где Вл.УИО – влияние изменения уровня издержек обращения, руб.;

Т1 – фактический объем товарооборота в отчетном году, руб.;

УИО1 – уровень издержек обращения в отчетном году, % к обороту;

УИОо – уровень издержек обращения в предыдущем году (по плану), % к обороту.

При этом направление влияния изменения уровня издержек обращения на сумму прибыли меняется на противоположный, так как снижение уровня издержек обращения ведет к увеличению суммы прибыли и наоборот.

На сумму прибыли оказывают влияние и прочие операционные и внереализационные доходы и расходы. Это влияние определяется по абсолютной величине отклонений данных отчетного года по сравнению с предшествующим годом. Анализ внереализационных доходов и расходов следует проводить раздельно, по отдельным их видам.

Анализ выполнения плана по прибыли, ее динамики, основных факторов, влияющих на ее величину, следует дополнить анализом направлений использования прибыли, остающейся в распоряжении предприятия. При этом анализируются как абсолютные суммы использования прибыли на те или иные цели, так и структура ее использования, которая может быть проанализирована с помощью систем коэффициентов.

Коэффициент налогообложения прибыли рассчитывается по формуле:

Кнп = НП / ВП, (15)

где Кнп – коэффициент налогообложения прибыли;

НП – сумма налога на прибыль и другие налоги, выплачиваемые за счет прибыли, руб.;

ВП – валовая прибыль, руб.

Данный коэффициент показывает, какая доля прибыли торгового предприятия изымается у торгового предприятия в бюджеты различных уровней в виде налогов и сборов.

Коэффициент прибыли, остающейся в распоряжении предприятия (коэффициент чистой прибыли), может быть определен по формуле:

Кчп = ЧП / ВП, (16)

где Кчп – коэффициент чистой прибыли;

ЧП – чистая прибыль предприятия, руб.

Данный коэффициент характеризует долю прибыли, остающейся в распоряжении торгового предприятия (Кнп + Кчп = 1).

Коэффициент капитализации прибыли, характеризующий ее долю, направляемую на производственное развитие предприятия, определяется по формуле:

Ккп = ФН / ЧП, (17)

где Ккп – коэффициент капитализации прибыли;

ФН – сумма прибыли, направляемая в фонд накопления предприятия, руб.

Коэффициент потребления прибыли:

Кпп = [ФП или ФСС + ФП]/ЧП, (18)

где Кпп – коэффициент потребления прибыли;

ФП – сумма прибыли, направляемая в фонд потребления, руб.;

ФСС – сумма прибыли, направляемая в фонд социальной сферы, руб.

Коэффициент резервирования прибыли:

Крп = РФ / ЧП, (19)

где Крп – коэффициент резервирования прибыли;

РФ – сумма прибыли, направляемая в резервный фонд, руб.

Для оценки эффективности использования прибыли, направляемой на потребление, могут быть использованы следующие коэффициенты:

Квс = ЧПс / ЧП, (20)

где Квс – коэффициент выплаты прибыли собственникам предприятия;

ЧПс – сумма чистой прибыли, выплаченная собственникам предприятия, руб.;

Куп = Чпвер / ЧП, (21)

где Куп – коэффициент участия персонала предприятия в прибыли;

Чпер – сумма чистой прибыли, выплаченная персоналу предприятия, руб.

Основным видом прибыли ООО «Анюта» является прибыль от реализации товаров. Однако в состав валовой прибыли предприятия входят также внереализационные доходы (расходы). Таким образом, чистая прибыль предприятия характеризуется следующим равенством:

ЧП = Пр + ВнД – ВнР – НП, (22)

где ЧП – чистая прибыль, руб.;

Пр – прибыль от реализации;

ВнД – внереализационный доход;

ВнР – внереализационный расход;

НП – налог на прибыль.

Во внереализационные доходы предприятия за 2002–2003 гг. входит доход, получаемый в результате зачета излишне уплаченных сумм по налогам и сборам. Во внереализационные расходы включено списание остаточной стоимости основных средств.

В связи с изменениями в российском налоговом законодательстве фирмой «Анюта» начиная с 2002 г. применяется система налогообложения в виде ЕНВД.

Объектом налогообложения при применении единого налога является не сама прибыль, полученная предприятием, а вмененный доход. Вмененный доход представляет собой потенциально возможный валовой доход плательщика единого налога за вычетом потенциально необходимых затрат.

Сумма вмененного дохода в 2002 г. определялась исходя из базовой доходности, установленной в стоимостном выражении на ту или иную единицу физического показателя, и количества единиц этого показателя. В качестве такого физического показателя фирмой «Анюта» применяется единица площади. Поскольку предприятия работают в неодинаковых условиях, то сумма вмененного дохода должна быть скорректирована с использованием повышающих или понижающих коэффициентов. Таким образом, сумму вмененного дохода предприятия, подлежащую налогообложению, можно представить в виде формулы:

M = C · N · D · E · F · J, (23)

где М – сумма вмененного дохода, руб.;

С – базовая доходность на единицу физического показателя, руб.;

N – количество единиц физического показателя (м²);

D – корректирующий коэффициент подвидов деятельности;

Е – региональный корректирующий коэффициент;

F – коэффициент, характеризующий тип населенного пункта;

J – коэффициент, характеризующий дислокацию предприятия внутри населенного пункта.

Сумма единого налога на вмененный доход рассчитывается:

V = M · 0,15, (24)

Где V – сумма единого налога на вмененный доход, руб.;

0,15 – ставка единого налога на вмененный доход (15%).

В 2003 г. сумма вмененного дохода торгового предприятия рассчитывалась по формуле:

М = С ⋅ N ⋅ К1 ⋅ К2 ⋅ К3, (25)

Где в соответствии с положениями главы 26 Налогового кодекса

К1 – в 2003 г. не применялся,

К2 – коэффициент, характеризующий дислокацию предприятия внутри населенного пункта,

К3 = 1.

Сумма ЕНВД в 2002 г. составила 164599 руб., в 2003 г. – 266525 руб. В 2002 г. предприятия в связи с изменением ставки налога на вмененный доход обязаны были уплачивать также единый социальный налог и иные платежи в государственные фонды, что впоследствии снова было отменено. Сумма ЕСН составила в 2002 г. 35,6% от фонда оплаты труда предприятия, т.е. 82795 руб. В 2003 г. предприятие было освобождено от уплаты ЕСН, а уплачивало только страховые взносы на обязательное пенсионное страхование, на сумму которых – 42858 руб., уменьшался ЕНВД.

Начнем анализ прибыли ООО «Анюта» с рассмотрения этапов формирования чистой прибыли по каждому отделу фирмы. Для наглядности представим эти данные в таблице.

Таблица 1. – Формирование чистой прибыли ООО «Анюта»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отдел** | **Прибыль от реализации, руб.** | | **Внереализац. доход, руб.** | | **Внереализац. расход, руб.** | | **Сумма ЕНВД, руб.** | | **Чистая прибыль, руб.** | |
|  | |  | |  | |  | |  | |
| **2002** | **2003** | **2002** | **2003** | **2002** | **2003** | **2002** | **2003** | **2002** | **2003** |
| **Зак. 1** | 54509 | 97910 | 210 | - | 43 | 178 | 32232 | 36500 | 22444 | 61232 |
| **Зак. 2** | 19067 | 23965 | - | - | - | 76 | 28237 | 17136 | -9170 | 6753 |
| **ММ 03** | 174058 | 207521 | 184 | - | - | 181 | 35999 | 688182 | 138243 | 138522 |
| **ММ 66** | 190930 | 251441 | 225 | - | - | 209 | 13918 | 22140 | 177237 | 229092 |
| **Магазин** | 192181 | 313314 | 247 | - | 10376 | 357 | 54213 | 121931 | 127839 | 191026 |
| **Итого** | 630745 | 894150 | 866 | - | 10419 | 1000 | 164599 | 266525 | 456593 | 626625 |

Мы видим, что в 2002 г. только Закусочная №2 была убыточной, а по итогам 2003 г. все подразделения ООО «Анюта» показали положительный финансовый результат. Наибольшую чистую прибыль в 2003 г. имеют три отдела: мини-магазин №03 (138522 руб.), мини-магазин №66 (229092 руб.), основной магазин (191026 руб.).

Для сравнения эффективности деятельности каждого подразделения ООО «Анюта» проведем более детальный анализ и выявим динамику изменения товарооборота, прибыли, издержек обращения этих подразделений.

## Таблица 2. – Динамика товарооборота ООО «Анюта»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отдел** | **Товарооборот, руб.** | | **Изменение абсолютное, руб.** | **Изменение относительное, %** |
| **2002** | **2003** |
| Зак. 1 | 868636 | 998753 | 130117 | 115 |
| **Зак. 2** | 694944 | 708543 | 13599 | 102 |
| **ММ 03** | 1701915 | 1622138 | – 79777 | 95,3 |
| **ММ 66** | 1743219 | 2004928 | 261709 | 115 |
| **Магазин** | 2356475 | 2812524 | 456049 | 119 |
| **Итого** | 7365189 | 8146885 | 781696 | 110,6 |

Из таблицы видно, что в 2003 г. динамика товарооборота была положительной почти по каждому подразделению ООО «Анюта» за исключением мини-магазина №03, товарооборот которого снизился на 4,7%, т.е. на 79777 руб. Товарооборот Закусочной №1 и мини-магазина №66 вырос на 15% по сравнению с 2002 г., что составило 130177 руб. и 261709 руб. соответственно. Увеличение товарообороты Закусочной №2 составило 2% (13599 руб.), основного магазина – 119% или 456049 руб. В итоге общий товарооборот ООО «Анюта» вырос на 10,6%, что в абсолютном выражении составило 781696 руб.

Так как, помимо товарооборота, одним из факторов, влияющих на прибыль торгового предприятия, является изменение уровня издержек обращения, рассмотрим динамику издержек обращения подразделений ООО «Анюта» в 2002–2003 гг.

Анализ издержек обращения по статьям затрат позволит более полно изучить влияние динамики издержек обращения на изменение прибыли ООО «Анюта». Состав издержек обращения фирмы «Анюта» показан в таблице 3.

# Из таблицы видно, что наибольший удельный вес в составе издержек обращения имеют такие статьи как заработная плата, услуги охраны, социальное страхование, электроэнергия.

К условно-постоянным издержкам обращения относятся оплата услуг водоканала, меддезинфекция, пожарная охрана, охрана магазина, услуги связи, износ основных средств, аренда.

# Таблица 3. – ИЗДЕРЖКИ ОБРАЩЕНИЯ ООО «АНЮТА»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья издержек обращения** | **Сумма издержек обращения, руб.** | | **Уровень издержек обращения, %** | | **Абсолют-ное изменение уровня издержек обращения, руб.** | **Относите-льное изменение уровня издержек обращения %** |
| **2002** | **2003** | **2002** | **2003** |  |  |
| Электроэнергия | 78755 | 126185 | 8,72 | 14,52 | 5,8 | 166,5 |
| **Вода и канализация** | 3103 | 4982 | 0,35 | 0,57 | 0,22 | 162,9 |
| **Вывоз мусора** | 7582 | 17740 | 0,84 | 2 | 1,16 | 238 |
| **Оплата труда** | 311394 | 317909 | 34,47 | 36,6 | 2,13 | 106,2 |
| **Меддезинфекция** | 2592 | 4176 | 0,3 | 0,48 | 0,18 | 160 |
| **Обслуживание ККМ** | 15955 | 25940 | 1,77 | 2,98 | 1,21 | 168,4 |
| **Обслуживание холодильн. оборудов.** | 37500 | 61200 | 4,15 | 7,04 | 2,89 | 169,6 |
| **Обслуживание системы КонсультантБухг** | – | 16152 |  | 1,86 | – | – |
| **Общехозяйственные расходы** | 58989 | 5252 | 6,53 | 0,6 | – 5,93 | 9,2 |
| **Охрана** | 69174 | 125194 | 7,65 | 14,4 | 6,75 | 188 |
| **Пожарная охрана** | 4267 | 5689 | 0,47 | 0,65 | 0,18 | 138,3 |
| **Социальное страхование** | 93960 | 58621 | 10,4 | 6,75 | – 3,65 | 65 |
| **Услуги банка** | 6002 | 9346 | 0,65 | 1,08 | 0,43 | 166 |
| **Услуги связи** | 2025 | 5521 | 0,22 | 0,64 | 0,42 | 291 |
| **Коммунальные услуги** | 43986 | 20860 | 4,87 | 2,4 | – 2,47 | 49 |
| **Аренда** | 31803 | 37067 | 3,52 | 4,28 | 0,76 | 121,6 |
| **Предоставление доступа к ГТС** | 7200 | – | 0,8 | – | – | – |
| **Амортизация** | 25893 | 15517 | 2,87 | 1,8 | – 1,07 | 62,7 |
| **Износ НМА** | – | 4079 | – | 0,47 | – | – |
| **Налоги и другие обязательные платежи** | 103120 | 7639 | 11,42 | 0,88 | – 10,54 | 7,7 |
| **Итого** | **903300** | **869069** | **100** | **100** |  |  |

Изменение сумм затрат по этим статьям по сравнению с 2002 г. связано с изменением тарифов на эти услуги.

Среди издержек обращения, относимых к условно-переменным, уровень заработной платы вырос на 6,2%, электроэнергии – на 66,5%, затрат по обслуживанию холодильников – на 69,6%. Снизился уровень статьи «Социальное страхование» на 35% и статьи «Налоги и другие обязательные платежи» на 92,3% в связи с переводом организации на уплату ЕНВД.

Чтобы увидеть, насколько эффективны затраты, произведенные в 2002–2003 гг. фирмой «Анюта», рассчитаем динамику издержек обращения и показатели эффективности произведенных затрат.

Из приведенных выше данных видно, что по Закусочной №1 абсолютная сумма издержек обращения снизилась на 12370 руб. При этом, за счет роста товарооборота Закусочной №1 (15%) при одновременном снижении суммы издержек обращения на 8, 44%, уровень издержек обращения снизился на 3,12%, за счет чего получена экономия издержек обращения в размере 31161 руб. Темп снижения уровня издержек обращения Закусочной №1 составил 20,8%.

Темп снижения уровня издержек обращения Закусочной №2 составил 1,86%. Здесь абсолютная сумма издержек обращения увеличилась на 36 руб. или 0,03%, однако за счет опережающего роста товарооборота (2%), уровень издержек обращения снизился на 0,35%, за счет чего получена экономия издержек обращения в размере 2480 руб.

Абсолютная сумма издержек обращения мини-магазина №03 снизилась на 36039 руб. Однако за счет того, что темп снижения издержек обращения (19,46%) оказался выше, чем темп снижения товарооборота мини-магазина №03 (4,7%), уровень издержек обращения снизился на 1,68%, за счет чего получена экономия издержек обращения в размере 27252 руб. При этом темп снижения уровня издержек обращения мини-магазина №03 составил 15,5%.

По мини-магазину №66 сумма издержек обращения увеличилась на 10536 руб., однако за счет опережающего роста товарооборота (15%) по сравнению с темпом роста издержек обращения (5,88%), уровень издержек обращения снизился на 0,82%, за счет чего получена относительная экономия издержек обращения в размере 16440 руб. Темп снижения уровня издержек обращения составил 8%.

Сумма издержек обращения основного магазина увеличилась на 3605 руб. Но за счет опережающего роста товарооборота (19%) по сравнению с темпом роста издержек обращения (1,3%), уровень издержек обращения снизился на 1,77%, что привело к экономии издержек обращения в размере 49782 руб. Темп снижения уровня издержек обращения составил 15%.

В целом по фирме произошло снижение суммы издержек обращения на 34231 руб. Увеличение товарооборота составило 10,6%, что при одновременном уменьшении издержек обращения на 3,79% привело к снижению уровня издержек обращения на 1,6%, за счет чего получена экономия издержек обращения в размере 130350 руб. Темп снижения издержек обращения в целом по фирме составил 13%.

Доля издержек обращения каждого подразделения фирмы в общей сумме издержек обращения представлены на рис. №7, 8 Приложение №

Мы рассмотрели динамику показателей, размер и изменение которых оказывает наибольшее влияние на сумму прибыли торгового предприятия. Теперь рассмотрим динамику чистой прибыли по каждому подразделению ООО «Анюта». Данные представлены в таблице 5.

Таблица 5. – Динамика чистой прибыли ООО «Анюта»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отдел** | **Чистая прибыль, руб.** | | **Изменение абсолютное, руб.** | **Изменение относительное, %** |
| **2002** | **2003** |
| Зак. 1 | 22444 | 61232 | 38788 | 273 |
| **Зак. 2** | – 9170 | 6753 | 15923 | 174 |
| **ММ 03** | 138243 | 138522 | 279 | 100,2 |
| **ММ 66** | 177237 | 229092 | 51855 | 129,25 |
| **Магазин** | 127839 | 191026 | 63187 | 149,43 |
| **Итого** | 456593 | 626625 | 170032 | 137,25 |

Данные таблицы 5 показывают, что динамика чистой прибыли ООО «Анюта» в 2003 г. была положительной, как в целом по фирме (170032 руб. или 37,25%), так и по каждому подразделению. Сумма прибыли Закусочной №1 увеличилась на 38788 руб. или 173%, Закусочная №2 перестала быть убыточной и изменение суммы ее чистой прибыли составило 15923 руб. или 174%. Прибыль мини-магазина №03 осталась приблизительно на том же уровне, ее изменение составило 279 руб. или 0,2%. Сумма прибыли мини-магазина №66 увеличилась на 5185 руб. или 29,25%. Увеличение суммы прибыли магазина составило 63187 руб. или 49,43%.

Доля чистой прибыли каждого подразделения в общей сумме прибыли фирмы представлена на рис. №10, 11 Приложение №

Теперь проведем общий анализ показателей, характеризующих деятельность ООО «Анюта» в целом по фирме и рассмотрим влияние факторов на изменение суммы прибыли.

В таблице 6 представлена динамика показателей деятельности ООО «Анюта» в целом по фирме за 2002–2003 гг.

Таблица 6. – Показатели эффективности деятельности ООО «Анюта»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **2002**  **год** | **2003**  **год** | **Отношение отчетного к предыдущему в%** |
| Товарооборот, руб. | 7365189 | 8146885 | 110,61 |
| **Валовой доход, руб.** | 1534045 | 1763219 | 115 |
| **Издержки обращения, руб.** | 903300 | 869069 | 96,2 |
| **Балансовая прибыль, в т.ч.** | 621192 | 893150 | 143,78 |
| прибыль от реализации, руб. | 630745 | 894150 | - |
| Прибыль/убыток от внереализац. операций, руб. | – 9553 | – 1000 | - |
| **ЕНВД, руб.** | 164599 | 266525 | 161,92 |
| **Чистая прибыль, руб.** | 456593 | 626625 | 137,25 |
| **Кнп** | 0,26 | 0,3 | 115 |
| **Кчп** | 0,74 | 0,7 | 94,6 |

Расчеты:

1. Коэффициент налогообложения прибыли: Кнп = НП/ВП

1. 2002 г. Кнп = 164599 / 621192 = 0,26;

2) 2003 г. Кнп = 266525 / 893150 = 0,3.

2. Коэффициент прибыли, остающейся в распоряжении предприятия (коэффициент чистой прибыли): Кчп = ЧП / ВП

1) 2002 г. Кчп = 456593 / 621192 = 0,74;

2) 2003 г. Кчп = 626625 / 893150 = 0,7.

Далее проведем анализ влияния факторов на изменение прибыли. Данные для анализа представлены в таблице 7.

## Таблица 7. – Исходные данные для анализа влияния факторов на изменение прибыли ООО «Анюта»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **2002**  **год** | **2003**  **год** | **Отклонение**  **Δ (+, -)** |
| Товарооборот. Руб. | 7365189 | 8146885 | 781696 |
| **Валовой доход, руб.**  **в% к товарообороту** | 1534045  20,83 | 1763219  21,75 | 229174  0,92 |
| **Издержки обращения, руб.**  **в% к товарообороту** | 903300  12,26 | 869069  10,66 | -34231  -1,6 |
| **Прибыль, руб.**  **в% к товарообороту (Ро)** | 621192  8,5 | 893150  11 | 271958  2,5 |

Данные этой таблицы используем для расчета влияния факторов на изменение прибыли ООО «Анюта».

1. Влияние изменения товарооборота на сумму прибыли:

Вл.Т = Ро • ∆Т / 100 = 8,5 • 781696 /100 = 66444 руб.

2. Влияние изменения среднего уровня валового дохода:

Вл.УВД = Т1 • ∆УВД / 100 = 8146885 • 0,92 / 100 = 75164 руб.

3. Влияние изменения уровня издержек обращения:

Вл.УИО = Т1 • ∆УИО / 100 = 8146885 • 1,6 / 100 = 130350 руб.

4. Изменение прибыли = Вл.Т + Вл.УВД + Вл.УИО = 271958 руб.

Как видно из таблиц и приведенных расчетов, прирост прибыли на 66444 руб. обусловлен увеличением объема товарооборота; 75164 руб. получено от увеличения валового дохода. Снижение уровня издержек обращения увеличило общую сумму прибыли на 130350 руб. Баланс факторов соответствует размеру полученной прибыли, что подтверждает правильность аналитических расчетов.

Проведенный в этой части анализ таких показателей деятельности торгового предприятия, как товарооборот, издержки обращения, валовый доход, выявил их взаимосвязь и влияние этих факторов на изменение прибыли ООО «Анюта».

Как выяснилось, наибольшее влияние на увеличение прибыли ООО «Анюта» оказало снижение уровня издержек обращения. Достигнутая относительная экономия издержек обращения показала, что у предприятия имеются резервы для дальнейшего развития и роста товарооборота и прибыли.

Однако достижение целевой чистой прибыли исключительно за счет экономии издержек обращения не всегда возможно. Более вероятным будет достижение этой цели при одновременном увеличении объема розничного товарооборота и экономии издержек обращения.

На основе взаимосвязи суммы прибыли торгового предприятия с объемом товарооборота, валовым доходом (торговыми надбавками) и издержками обращения можно выделить роль отдельных факторов ее формирования и обеспечить эффективность управления этим процессом. Изменения значения одного из показателей этой взаимосвязи, можно разработать хозяйственную стратегию предприятия на планируемый год.

Предприятие для получения необходимой суммы прибыли может одновременно проводить мероприятия по увеличению объема товарооборота, изменению торговых надбавок (ценовая политика), уменьшению издержек обращения, выбирая для себя наиболее приемлемый вариант. Однако при этом необходимо учитывать, ниже какого объема товарооборота, уровня торговой надбавки и выше какого уровня переменных расходов нельзя заходить, чтобы не попасть в зону убытка.

Для оценки торгово-хозяйственной деятельности предприятия помимо показателя прибыли в абсолютной сумме используются и относительные показатели, т.е. рентабельность. В торговле наиболее широкое распространение получил показатель рентабельности, исчисляемый как отношение суммы прибыли к объему товарооборота:

Рт = П / Т · 100, (24)

где Рт – уровень рентабельности, % к товарообороту;

П – сумма прибыли, руб.;

Т – объем товарооборота, руб.

Посмотрим, какова рентабельность каждого из подразделений ООО «Анюта» в 2002–2003 гг. (таблица 8).

Наибольший показатель рентабельности имеют мини-магазин 03, мини-магазин 66 и основной магазин «Анюта». Однако наибольший рост рентабельности наблюдается у Закусочной №1 – 3,55%. Темп роста рентабельности Закусочной №1 составил 237,6%. Мини-магазин 03 имеет наименьший рост рентабельности 0,42%. Темп роста составляет 105,2%.

Рентабельность Закусочной №2 в 2003 г. стала положительной и увеличилась на 2,27%, темп роста составил 172%. Динамика рентабельности мини-магазина 66 и основного магазина «Анюта» также положительна – 1,26% и 1,36% соответственно, темп роста рентабельности по этим отделам составил 112,4% и 125% соответственно.

Общая рентабельность ООО «Анюта» выросла на 1,5%, а темп роста составил 124,2%.

## Таблица 8. – Динамика рентабельности ООО «Анюта»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отдел** | **Рентабельность, %** | | **Изменение абсолютное, %.** | **Изменение относительное, %** |
| **2002** | **2003** |
| Зак. 1 | 2,58 | 6,13 | 3,55 | 237,6 |
| **Зак. 2** | – 1,32 | 0,95 | 2,27 | 172 |
| **ММ 03** | 8,12 | 8,54 | 0,42 | 105,2 |
| **ММ 66** | 10,17 | 11,43 | 1,26 | 112,4 |
| **Магазин** | 5,43 | 6,79 | 1,36 | 125 |
| **Итого по фирме** | 6,2 | 7,7 | 1,5 | 124,2 |

Данные таблицы 8 говорят о том, что предприятие ООО «Анюта» имеет достаточный потенциал экономического развития, который позволяет ему сохранять устойчивое положение и повышать эффективность деятельности даже при воздействии некоторых неблагоприятных факторов, что отвечает как интересам собственников, так и работников предприятия.

В практике деятельности торгового предприятия большое значение имеет удовлетворение интересов собственников, акционеров, инвесторов предприятия не только в получении достоверной информации о бухгалтерской отчетности и учетной политике организации, но и в овладении соответствующей аналитической информацией о ее финансово-хозяйственной деятельности с целью принятия различных управленческих решений.

Анализ рентабельности занимает основное место в финансовом анализе, осуществляемом организацией торговли. Информационной базой анализа рентабельности являются бухгалтерская отчетность и данные бухгалтерского учета. В процессе контроля показателей бухгалтерского учета и отчетности, участвующих в расчете коэффициентов рентабельности, применяют следующие аналитические процедуры:

– сравнение фактических показателей бухгалтерской отчетности с данными за прошлый отчетный период;

– сравнение показателей бухгалтерской отчетности и связанных с ними коэффициентов рентабельности отчетного периода и предыдущего года с нормативными значениями или критериальными, свидетельствующими о положительных или отрицательных тенденциях в изменении рентабельности организации;

анализ изменений с течением времени показателей бухгалтерской отчетности и относительных коэффициентов рентабельности при изучении влияния факторов на эти показатели.

Так как показатели рентабельности предприятия – это относительные коэффициенты, выражающие экономическую зависимость ряда показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализ предусматривает построение различных факторных моделей анализа коэффициентов рентабельности.

Анализ рентабельности коммерческого (торгового) предприятия имеет свою специфику, связанную с использованием показателей и терминологии, присущих торговым предприятиям. Рентабельность торгового предприятия характеризуется системой показателей, между которыми существует взаимосвязь и взаимозависимость. В свою очередь каждый из показателей рентабельности складывается под воздействием тех или иных процессов, происходящих в деятельности предприятия.

Взаимосвязи и пропорции между основными экономическими показателями, характеризующими хозяйственно – финансовую деятельность ООО «Анюта», приведены в таблице №9.

Таблица 9. – Показатели эффективности деятельности ООО «Анюта»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Условные обозначения** | **Прошлый год 2002** | **Отчетный год 2003** | **Изменения** | |
| **Абсолютные (+, -)** | **Относительные, %** |
| **1. Выручка (объем товарооборота), руб.** | N | 7365189 | 8146885 | 781693 | 110,6 |
| **2. Трудовые ресурсы:**  **а) среденесписоч. числ-ть персонала, чел.** | T | 30 | 30 | - | - |
| **б) оплата труда с начислениями, руб.** | U | 311394 | 317909 | 6515 | 102 |
| **3. Внеоборотные активы, руб.** | F | 369041 | 350746 | – 18295 | 95 |
| **4. Оборотные активы, руб.** | E | 808897 | 1232150 | 423253 | 152,3 |
| **5. Себестоимость продаж, руб.** | S | 5831144 | 6383666 | 552522 | 109,48 |
| **6. Товарные запасы, руб.** | З | 647438 | 1112562 | 465124 | 172 |
| **7. Издержки обращения, руб.** | I | 903300 | 869069 | – 34231 | 96,2 |
| **8. Прибыль от продаж, руб.** | P=N-S-I | 630745 | 894150 | 263405 | 142 |
| **9. Рентабельность капитала (основных и оборотных активов), %** | R=P/(F+E) | 53, 55 | 56,49 | 2,94 | 105,5 |
| **10. Рентабельность продаж, %** | P/N | 8, 6 | 11 | 2,4 | 128 |
| **11. Рентабельность издержек обращения, %** | P/I | 69, 8 | 102,9 | 33,1 | 147 |
| **12. Прибыль на одного работника, руб./чел.** | P/T | 21025 | 29805 | 8780 | 142 |
| **13. Рентабельность расходов на оплату труда, %** | P/U | 204, 8 | 281,3 | 76,5 | 137 |
| **14. Фондоотдача основных и оборотных активов, %** | N/(F+E) | 625, 3 | 514,7 | – 110,6 | 82,3 |
| **15. Скорость обращения оборотных активов (число оборотов)** | N/E | 9, 1 | 6,6 | – 2,5 | 72,5 |
| **16. Доля оборотных активов в имуществе, %** | E/(F+E) | 68, 7 | 77,8 | 9,1 | 113 |
| **17. Скорость обращения товарных запасов (число оборотов)** | N/З | 11, 4 | 7,3 | – 4,1 | 64 |
| **18. Доля товарных запасов в оборотных активах, %** | З/E | 80 | 90,2 | 10,2 | 113 |
| **19. Издержкоемкость продаж** | I/N | 0, 123 | 0,106 | – 0,017 | 86 |
| **20. Производительность труда, руб./чел.** | N/T | 245504 | 271563 | 26059 | 110,6 |
| **21. Фондооснащенность труда** | (F+E)/T | 39265 | 52763 | 13498 | 134 |
| **22. Средняя зарплата на одного работника, руб./чел.** | U/T | 10265 | 10597 | 332 | 103 |
| **23. Зарплатоемкость продаж** | U/N | 0, 042 | 0,039 | – 0,003 | 93 |

В торговле одним из основных показателей рентабельности является рентабельность товарооборота, исчисляемая как отношение прибыли от продажи товаров к товарообороту. На анализируемом предприятии он увеличился по сравнению с прошлым годом на 28%. В последующем можно установить взаимодействие рентабельности товарооборота с экономическими показателями, приведенными в таблице 8, выявить и измерить влияние факторов на изменение его значения.

Рентабельность товарооборота зависит от степени использования основных и оборотных средств:

P P N

– = – : – .¹

N F + E F + E

Приведенная зависимость показывает, что увеличение рентабельность товарооборота в отчетном году связано с эффективность использования основных и оборотных средств, рентабельность которых повысилась на 5,5%.

В свою очередь скорость обращения оборотных средств зависит от оборачиваемости товарных запасов – главного элемента оборотных средств – и доли товарных запасов в оборотных средствах.

Снижение скорости обращения оборотных активов на 27,5% вызвано снижением скорости обращения товарных запасов (на 36%) при повышении их доли в оборотных активах (на 13%).

Рентабельность товарооборота зависит от величины и структуры основных и оборотных средств. Рентабельность товарооборота увеличивается, если выполняется требование соотношения темпов роста таких показателей, как скорость обращения товарных запасов, доля товарных запасов в оборотных активах, доля оборотных активов в имуществе, рентабельность основных и оборотных средств, при котором темп роста первого показателя выше темпа роста последующего и выше ста. В данном случае эти соотношения составили: 64%; 113%; 113%; 105,5%.

Как видим, сдерживающим фактором увеличения рентабельности товарооборота при положительном изменении других факторов является снижение скорости обращения товарных запасов.

Рентабельность товарооборота зависит также от рентабельности издержек обращения и издержкоемкости товарооборота. Темпы роста рентабельности товарооборота, рентабельности издержек обращения и издержкоемкости товарооборота составили: 128%; 147%; 86%.

Следовательно, на предприятии соблюдается соотношение, при котором темп роста рентабельности издержек обращения выше темпа роста издержкоемкости товарооборота. Увеличение рентабельности товарооборота в отчетном году вызвано увеличением рентабельности издержек обращения.

Следующим этапом анализа рентабельности товарооборота является рассмотрение эффективности использования основных и оборотных средств в увязке с показателями использования трудовых ресурсов. Фондоотдача основных и оборотных средств на предприятии снизилась, поскольку темп роста производительности труда (110,6%) ниже темпа роста фондооснащенности труда (134%).

Темп роста производительности труда (110,6%) выше темпа роста средней заработной платы одного работника (103%).

В свою очередь темп роста средней заработной платы одного работника на предприятии (103%) ниже темпа роста прибыли на одного работника (142%).

Правильное использование трудовых ресурсов предполагает опережающий темп роста производительности труда по сравнению с темпом роста средней заработной платы одного работника. На анализируемом предприятии это требование соблюдается и темп роста производительности труда (110,6%) выше темпа роста средней заработной платы на одного работника (103%), соотношение этих показателей составило 10,7%.

Таким образом, рентабельность основных и оборотных средств растет, если:

– темп роста рентабельности издержек обращения больше темпа роста издержкоемкости товарооборота;

– темп роста производительности труда больше темпов рост фондооснащенности труда и средней заработной платы на одного работника.

На предприятии темпы роста этих показателей составили соответственно: 147%; 86%; 110,6%; 134%; 103%, т.е. указанная динамика не соблюдается.

Из приведенных данных вытекают следующие условия повышения рентабельности:

1. Темп роста товарооборота больше темпов роста основных и оборотных средств, численности работников, расходов на оплату труда.

2. Темп роста прибыли больше темпа роста издержек обращения, а темп роста рентабельности издержек обращения больше издержкоемкости товарооборота.

3. Темп роста оборачиваемости товарных запасов больше темпов роста доли товарных запасов в оборотных активах, темпа роста доли товарных запасов больше темпа роста доли оборотных активов в имуществе.

Приведенные расчеты показывают, что у предприятия ООО «Анюта» имеется большой потенциал экономического развития, на это указывает рост таких показателей как прибыль от продаж, рентабельность капитала, рентабельность издержек обращения.

Однако получаемая прибыль никак не используется. Она не распределяется между учредителями, хотя учредительными документами предусмотрено разделение прибыли между ними. Прибыль также не направляется в фонды и на другие нужды предприятия. Она просто оседает на предприятии и не приносит отдачи. Хотя часть полученной прибыли можно было бы направить на дополнительные выплаты работникам в целях повышения их заинтересованности в результатах труда, а также на модернизацию и техническое переоснащение предприятия.

Реорганизация работы предприятия может способствовать сокращению численности работающих на предприятии, но как следствие, повышению эффективности их работы. Современные информационные технологии способствуют усилению контролирующей и аналитической функции администрации предприятия, повышают производительность труда, в результате возрастает прибыль предприятия.

**2.3 Пути повышения прибыли и рентабельности предприятия**

Рост некоторых значений показателей эффективности предприятия характеризует ООО «Анюта» как достаточно устойчивое и с большим потенциалом экономического развития.

Однако резервы роста предприятия не используются достаточно эффективно. В ООО «Анюта» не существует распределения прибыли в различные фонды (накопления, потребления, социальной сферы). Руководство организации также не проводит политику, направленную на участие в прибылях работников организации. Не существует достаточно эффективной системы мотивации труда, при которой работники стремились бы к повышению производительности труда и увеличению прибыли.

По моему мнению, отсутствие достаточной заинтересованности работников в результатах своего труда является большим минусом в управлении данным предприятием, и не позволяет предприятию наиболее полно раскрыть свой экономический потенциал. Однако эффективная система мотивации труда является одним из ресурсов увеличения прибыли предприятия.

В общем случае под мотивацией понимается процесс воздействия на человека совокупности внутренних и внешних факторов, которые побуждают его к деятельности, определяют границы и формы этой деятельности, задают цели, на достижение которых должна быть направлена эта деятельность.

Поскольку под влиянием научно-технического прогресса постоянно происходят изменения содержания труда, который во все большей мере становится автоматизированным, растет образовательный уровень работников и вместе с тем растут и их ожидания (материальные, социальные т.д.). Сегодня все больше требуются не просто рабочие руки, а грамотные, инициативные, ответственные, стремящиеся к самореализации в трудовой сфере работники.

Организации, готовые платить работникам заработную плату, в несколько раз превышающую прожиточный минимум, могут меньше внимания уделять другим, не материальным стимулам. При этом считается, что работники в состоянии самостоятельно оплатить свое лечение, обучение, отдых и т.д.

Организациям, которые не могут обеспечить работникам получение высокой заработной платы, целесообразно шире применять методы нематериального стимулирования.

Использование в качестве методов стимулирования, например, социальных программ позволяет также хотя бы частично уменьшить налоговое бремя. Например, суммы, направленные на добровольное страхование работников, предусматривающее выплаты в возмещение вреда жизни и здоровью застрахованных лиц и оплаты страховщикам медицинских расходов при условии отсутствия выплат застрахованным физическим лицам, не облагаются единым социальным налогом.

Не начисляется единый социальный налог и на суммы, которые направлены на организацию общественных мероприятий (праздничных вечеров, «дней здоровья» и т.п.), в которых могут принимать участие как работники, так и члены их семей.

Увеличение заинтересованности работников в результатах труда приводит в первую очередь к увеличению товарооборота, отчего зависит также увеличение прибыли.

При увеличении товарооборота оптимальным условием увеличения прибыли является одновременное снижение издержек обращения. Рост объема товарооборота приводит к увеличению общей суммы издержек обращения, однако, уровень издержкоемкости при этом снижается (так как сумма постоянных издержек обращения остается неизменной).

Анализ издержек обращения фирмы «Анюта» показал, что с ростом товарооборота в 2003 г. общая сумма издержек обращения снизилась, также снизился их уровень на 13% по сравнению с 2002 г.

Чтобы снизить уровень издержек обращения торгового предприятия, необходимо увеличить скорость обращения товаров. Чем ниже период обращения товарных запасов в днях, тем соответственно ниже на торговом предприятии уровень расходов по хранению товаров, их потери от естественной убыли.

Расходы на оплату труда работников ООО «Анюта» выросли в 2003 г. на 2%, в то время как объем товарооборота вырос на 10,6%. Следовательно, можно говорить о том, что вырос уровень производительности труда на единицу товарооборота.

На величину издержек обращения влияет состояние используемых основных фондов. Чем выше степень их износа, тем больше расходов несет торговое предприятие на их ремонт, тем выше уровень потерь товаров в процессе их хранения. В магазине «Анюта» около 40% основных фондов устарело физически и морально. Холодильное оборудование часто приходится ремонтировать, что приводит к увеличению оплаты за обслуживание холодильного оборудования, а, следовательно, к увеличению издержек обращения. Если заменить старое оборудование на новое и более современное, это позволит более эффективно использовать его для хранения продуктов и уменьшит расходы по ремонту.

Большим плюсом в деятельности ООО «Анюта» является то, что здесь используются собственные основные и оборотные активы. Это значит, что не привлекаются заемные финансовые средства, а соответственно нет затрат по статье «Проценты за кредит».

Уменьшению объема издержек обращения способствует также применение предприятием льготной системы налогообложения. До 2002 г. фирма «Анюта» применяла общую систему налогообложения, т.е. платила налог с продаж, налог на прибыль, налог на имущество, налог на добавленную стоимость, авансовые платежи по которым составляли в общей сумме около 70 тыс. руб. в квартал.

При переходе в 2002 г. на уплату единого налога на вмененный доход предприятие перечисляло в бюджет 50 тыс. руб. в квартал данного налога и 10 тыс. руб. единого социального налога, при этом все остальные налоги при данной системе налогообложения отменены.

Обоснование основных направлений экономии издержек обращения способствует максимизации прибыли торгового предприятия. В процессе обоснования таких направлений основное внимание должно быть уделено поиску и реализации таких резервов, которые связаны со сферой деятельности факторов, зависящих от деятельности данного торгового предприятия. Поиск таких резервов осуществляется обычно в разрезе отдельных сфер хозяйственной деятельности предприятия.

В составе резервов, связанных с совершенствованием управления торговым предприятием, наибольший эффект в экономии издержек обращения дают следующие мероприятия:

а) упорядочение организационной структуры управления торговым предприятием по функциональному признаку;

б) сокращение звенности управления;

в) выделение в составе структурных подразделений и структурных единиц торгового предприятия центров затрат и центров ответственности;

г) внедрение на предприятии системы управленческого учета издержек обращения в разрезе центров ответственности, центров затрат и отдельных групп (подгрупп) товаров.

В составе резервов, связанных с совершенствованием управления торгово-технологическими процессами на предприятии, наибольший эффект в экономии издержек обращения дают следующие мероприятия:

а) сокращение дальности перевозок товаров;

б) использование прогрессивной технологии транспортирования и продажи товаров в таре-оборудовании;

в) сокращение звенности и рационализация потоков товародвижения внутри торгового предприятия;

г) внедрение прогрессивных методов продажи, в наибольшей степени соответствующих специфике реализуемого ассортимента товаров;

д) завоз на предприятие предварительно расфасованных товаров;

е) своевременный возврат тары поставщикам.

В составе резервов, связанных с совершенствованием управления товарооборотом на предприятии, наибольший эффект в экономии издержек обращения дают следующие мероприятия:

а) повышение в составе товарооборота удельного веса мелкооптовой продажи товаров;

б) повышение в общем объеме реализации удельного веса продажи товаров с низким уровнем издержкоемкости;

в) обоснованное нормирование потребности в товарных запасах в разрезе отдельных групп товаров;

г) снижение удельного веса товарных запасов с высоким периодом обращения в днях в общей сумме товарных запасов;

д) осуществление своевременной уценки сезонных товаров, изделий, вышедших из моды или потерявших первоначальное качество;

е) осуществление эффективной ценовой политики, дифференцированной по отношению к отдельным категориям покупателей;

ж) совершенствование рекламной деятельности, повышение эффективности отдельных рекламных мероприятий;

з) обеспечение достаточной широты и высокой устойчивости ассортимента товаров.

В составе резервов, связанных с совершенствованием управления использованием материально-технической базы предприятия, наибольший эффект в экономии издержек обращения дают следующие мероприятия:

а) увеличение коэффициентов сменности (часов) и непрерывности (дней) работы отдельных пунктов продажи товаров при достаточной интенсивности покупательских потоков;

б) повышение удельного веса торговой площади в общей площади магазинов;

в) повышение коэффициентов установочной и демонстрационной площади оборудования в общей площади торгового зала;

г) повышение коэффициента использования машин и механизмов по мощности за счет рационализации выбора их видов;

д) совершенствование размещения и режимов работы мелкорозничной сети предприятия.

В составе резервов, связанных с совершенствованием управления персоналом предприятия, наибольший эффект в экономии издержек обращения дают следующие мероприятия:

а) обоснование нормирование численности работников отдельных категорий, профессий, специальностей и уровней квалификации;

б) повышение квалификации работников, сопровождающееся ростом производительности их труда;

в) построение эффективной системы материального стимулирования персонала, тесно увязанной с основными результатами деятельности предприятия и экономией ресурсов;

г) использование системы депремирования работников при нарушении ими трудовой или технологической дисциплины.

С учетом выявленных резервов по перечисленным и другим их видам обосновывается конкретная система мероприятий, направленных на экономию издержек обращения в планируемом периоде.

Как уже было отмечено, прибыль торгового предприятия зависит также от размера полученного валового дохода. В целях увеличения суммы прибыли предприятия необходимо разработать систему мероприятий по повышению суммы валового дохода. Система этих мероприятий исходит из факторов, влияющих на сумму доходов предприятия от торговой деятельности, основными из которых являются:

1. уровень цены закупки товаров;
2. уровень цены реализации товаров;
3. объем реализации товаров.

В разрезе этих основных факторов на предприятиях торговли и осуществляется поиск резервов повышения доходов от торговой деятельности, обеспечивающих достижение их плановых показателей.

Основными резервами повышения доходов за счет снижения уровня цен закупки товаров являются:

а) сокращение числа посредников при закупке товаров, не требующих длительного периода хранения и оптовой подсортировки. Наиболее низкий уровень цены может быть обеспечен при закупке товаров у непосредственных производителей;

б) использование всей системы ценовых скидок в процессе «уторговывания» партий закупаемых товаров, в первую очередь, скидок на количество и сумму закупаемых товаров, а также скидок постоянным партнерам;

в) закупка отдельных товаров за рубежом в периоды благоприятных соотношений курсов национальной и иностранной валют (снижения курсов иностранных валют);

г) осуществление товарообменных (бартерных) операций при благоприятном соотношении уровней цен на обмениваемые товары на различных региональных рынках;

д) закупка партий товаров на сезонных и предпраздничных распродажах по существенно сниженным ценам.

Основными резервами повышения доходов за счет увеличения уровня цен реализации товаров является:

а) эффективное осуществление разработанной ценовой политики предприятия на потребительском рынке; обеспечение своевременной ее корректировки в необходимых случаях;

б) использование благоприятной торговой конъюнктуры на отдельных этапах планового периода, особенно при реализации сезонных товаров;

в) повышение уровня торгового обслуживания с соответствующим повышением уровня цен на отдельные товары.

Основными резервами повышения доходов за счет увеличения объема реализации товаров является:

а) осуществление эффективной маркетинговой политики на предприятии;

б) диверсификация ассортимента путем включения в ассортиментный перечень взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров, позволяющих повысить комплексность покупок;

в) предоставление потребительского кредита при реализации дорогостоящих товаров;

г) интенсификация рекламной и информационной деятельности торгового предприятия.

**Заключение**

Выпускная квалификационная работа посвящена определению сущности прибыли и рентабельности торгового предприятия. На примере ООО «Анюта» проведен анализ прибыли и рентабельности и предложены пути их повышения.

Прибыль является основным показателем эффективности деятельности предприятия. Предприятие должно стремиться к увеличению своей прибыли, так как это способствует экономической устойчивости предприятия, и позволяет ему развиваться и расширять свою деятельность.

Работа содержит две части, теоретическую и практическую. В первой части рассматривается понятие, сущность прибыли и рентабельности торгового предприятия. Выделены факторы, влияющие на прибыль и рентабельность предприятия.

В параграфе 1 первой главы работы раскрыта экономическая сущность прибыли торгового предприятия. Прибыль представляет собой конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Заинтересованность в росте прибыли означает заинтересованность в комплексном использовании всех направлений и методов улучшения результатов хозяйственной деятельности, снижении издержек производства, экономии живого и овеществленного труда, в более полной мобилизации внутренних резервов.

Параграф 2 раскрывает понятие рентабельности торгового предприятия. Уровень рентабельности является относительным показателем и рассчитывается как отношение прибыли к какому-либо основному показателю деятельности предприятия в процентах. Он позволяет оценить способность торгового предприятия генерировать необходимую прибыль в процессе своей деятельности и охарактеризовать общую эффективность использования активов и вложенного капитала.

В параграфе 3 первой главы выделены основные факторы, влияющие на прибыль и рентабельность торгового предприятия. Основными из них являются: объем продажи товаров, издержки обращения, величина валового дохода, налогоемкость предприятия. Изучение факторов, влияющих на прибыль, и определение направления их влияния позволяет выявлять резервы повышения прибыли и рентабельности торгового предприятия.

В выпускной квалификационной работе нами проведен анализ предприятия розничной торговли ООО «Анюта». Фирма «Анюта» представлена пятью подразделениями: Закусочная №1, Закусочная №2, мини-магазин 03, мини-магазин 66 и основной магазин «Анюта».

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что в целом ООО «Анюта» – предприятие прибыльное, его рентабельность в 2003 г. равна 7,7%. Однако разные подразделения ООО «Анюта» работают с различной степенью эффективности. Наиболее эффективными с точки зрения прибыльности являются мини-магазин 66 и основной магазин. Их прибыль в 2003 г. выросла на 51 855 руб. и 63 187 руб. соответственно. Деятельность мини-магазина 03 за 2002–2003 гг. отличилась стабильностью. Сумма прибыли изменилась незначительно (138 руб.). Наименее прибыльными остаются Закусочная №1 и Закусочная №2. Прибыль Закусочной №1 в 2003 г. составила 61 232 руб., Закусочной №2 – 6 753 руб. Однако по сравнению с 2002 г. прибыль Закусочной №1 выросла на 173%, а Закусочная №2 в 2003 г. перестала быть убыточной.

Такое различие в результатах деятельности подразделений ООО «Анюта» объясняется спецификой их работы и особенностями местоположения.

Основной магазин имеет 3 отдела и широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров, поэтому привлекает достаточное количество покупателей. Мини-магазины также имеют широкий ассортимент продовольственных товаров, к тому же осуществляют круглосуточную торговлю. Кроме того, они расположены на остановках общественного транспорта, а такое месторасположение автоматически приводит к увеличению покупательского потока. Как известно, величина покупательского потока влияет на объем товарооборота, а следовательно, и на прибыль торгового предприятия.

С другой стороны месторасположение Закусочной №1 и Закусочной №2 не способствует увеличению покупательской проходимости. Также эти подразделения имеют недостаточно широкий ассортимент товаров по сравнению с другими подразделениями, к тому же основную часть этого ассортимента составляют алкогольные напитки. Количество посетителей закусочных является, в основном, постоянным, что определяется спецификой их деятельности.

При дальнейшем анализе рассчитаны основные показатели эффективности деятельности фирмы, которые характеризуют ее как предприятие, обладающее высоким потенциалом и достаточными резервами развития. Это подтверждается тем, что в течение 2002–2003 гг. наблюдается рост следующих основных показателей: товарооборота на 10,6%, прибыли от продаж – на 42%, фондооснащенности труда – на 34%. Производительность труда выросла на 10,6%, средняя заработная плата на одного работника также увеличилась на 3%. Показатели рентабельности также растут достаточно высокими темпами. Наибольший темп роста имеют рентабельность издержек обращения – 147%, рентабельность продаж выросла на 28%.

Увеличение прибыли предприятия на 37,25% произошло при одновременном снижении уровня издержек обращения на 13%, что подтверждает наличие у предприятия резервов для дальнейшего развития и повышения результатов деятельности. Анализ факторов, влияющих на прибыль торгового предприятия, также позволяет выявить пути повышения прибыли.

Анализ показал, что в наибольшей степени на прибыль ООО «Анюта» оказывают влияние такие факторы: объем товарооборота, величина валового дохода, уровень издержек обращения. Расчеты показывают, что изменение уровня издержек обращения оказало наибольшее влияние на изменение прибыли и увеличило общую прибыль на 130 350 руб. Изменение суммы валового дохода привело к повышению прибыли на 75 164 руб. Увеличение объема товарооборота способствовало росту прибыли на 66 444 руб.

На основе полученных данных можно предложить следующие направления повышения прибыли:

1. экономия издержек обращения, характеризующаяся поиском резервов, которые дают мероприятия

* связанные с совершенствованием управления торговым предприятием;
* связанные с совершенствованием управления торгово-технологическими процессами на предприятии;
* связанные с совершенствованием управления товарооборотом на предприятии;
* связанные с совершенствованием управления использования материально-технической базы предприятия;
* связанные с совершенствованием управления персоналом предприятия;

1. поиск резервов повышения доходов от торговой деятельности, таких как:

* снижение уровня цен закупки товаров;
* увеличение уровня цен реализации товаров;
* увеличение объема реализации товаров;

1. поиск резервов роста товарооборота торгового предприятия:

* обеспеченность торгового предприятия товарными ресурсами и их рациональное использование;
* развитие и эффективность использования основных фондов торгового предприятия, а также режим его работы;
* обеспеченность торгового предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования.

Учитывая эти возможности, нами разработаны следующие предложения по усовершенствованию работы ООО «Анюта»:

Замена торгового оборудования необходима для повышения эффективности деятельности предприятия, так как большая часть оборудования устарела и физически и морально, что уже приводит к товарным потерям.

В первую очередь необходимо заменить холодильное оборудование, так как оно часто выходит из строя и требует дополнительного ремонта, что увеличивает расходы на обслуживание. Кроме того, современное оборудование более емкое и функциональное и позволяет расположить товар с более выгодных позиций. То же относится и к остальному оборудованию: стеллажам и витринам. Их замена на современные позволит увеличить выставочную площадь и будет способствовать созданию благоприятного имиджа предприятия.

Руководство предприятия уже предприняло шаги по изменению внешнего оформления магазина (смена вывески, оформление фасада), при этом следовало бы также заняться переоформлением внутреннего интерьера. Это позволило бы создать индивидуальный облик предприятия, что в данных условиях рынка очень важно, так как основными конкурентами и соседями ООО «Анюта» являются магазины «Социализм» и «Гроздь», которые по существу своему однотипны.

Следующим шагом по совершенствованию деятельности ООО «Анюта» является внедрение более гибкой и эффективной системы оплаты труда. На предприятии отсутствует система премирования работников, не применяются другие способы поощрения персонала. Однако известно, что отсутствие мотивации приводит к снижению производительности труда. В данном случае увеличение заработной платы способствовало бы стремлению работника к повышению качества своей работы, соблюдению аккуратности на рабочем месте, более вежливому общению с покупателями, в конечном итоге повышению общей культуры обслуживания. Это благоприятно скажется на отношении покупателей к данному магазину.

* + - 1. Современные условия хозяйствования требуют применения информационных технологий в осуществлении деятельности торгового предприятия. Предприятию необходимо отслеживать и контролировать величину товарных запасов, товарных остатков, величину денежных средств, состояние капитала на любой конкретный момент времени. Это можно сделать только с использованием современных компьютерных технологий и фискального оборудования.

Руководство предприятия хочет усовершенствовать работу бухгалтерии и управляющего персонала, усилить контролирующие функции, однако без внедрения современного программного обеспечения это сделать практически невозможно.

Хотя ООО «Анюта» работает успешно, предложенные мероприятия по совершенствованию организации деятельности позволят фирме сделать следующий шаг на пути своего развития, что сделает ее более конкурентоспособной в данном сегменте рынка. Их осуществление требует некоторых затрат, но у предприятия есть возможность произвести эти расходы. ООО «Анюта» имеет накопленный резерв в виде нераспределенной прибыли, которая оседает на предприятии, хотя могла бы использоваться для реорганизации работы предприятия. Сумма нераспределенной прибыли в 2003 г. составила 1 083 218 руб. За отчетный год она увеличилась на 626 625 руб. Данное увеличение нельзя рассматривать, как положительный фактор прироста собственных средств по той причине, что произошло омертвление капитала, которое впоследствии может привести к уменьшению доходов и прибыли.

**Список использованной литературы**

1. Абдуллаев Н. Формирование системы анализа финансового состояния предприятия. // Финансовая газета, №28, 2000.

2. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. – М.: Ассоциация авторов и издателей. ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 1998.

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник – 3-е изд. – М.: Дело, 2001.
2. Власов И. – Использование резервов предприятий по мере увеличения инвестиций и доходов работающих. // Экономист, №6, 2003 г.
3. Воробьева Е. Система мотивации – составляющая часть системы управления персоналом // АКДИ Экономика и жизнь, №9, 2001.
4. Газарин А.В. значение анализа финансового состояния предприятия. // Бухгалтерский учет, №7, 2001.
5. ГОСТ Р 51303–99. Торговля. Термины и определения.
6. ГОСТ Р 51304–99. Услуги розничной торговли. Общие требования.
7. Графов А.В. Оценка финансово-экономического состояния предприятия. // Финансы, №7, 2001.
8. Грузинов В.П., Грибов В.Д. экономика предприятия: Учебное пособие – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 2002.
9. Ефимова О.В. Анализ собственного капитала. // Бухгалтерский учет, №1, 1998.
10. Керимов В.Э. Управленческий учет и ценовая политика предприятия. // Финансовая газета. Региональный выпуск, №8, 1999.
11. Макарьева В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации для бухгалтера и руководителя. Налоговый вестник, 2003.
12. Новодворский В.Д. Прибыль предприятия: бухгалтерская и экономическая. // Финансы, №4, 2003.
13. Налоговый Кодекс РФ. Часть первая – М.: Норма – Инфра, 2003.
14. Налоговый Кодекс РФ. Часть вторая – М.: Норма – Инфра, 2003.
15. Основы предпринимательской деятельности (Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент) / под ред. В.М. Власовой. – М.: Финансы и статистика, 1994.
16. Парушина Н.В., Губина О.В. Аудит рентабельности коммерческого (торгового) предприятия. // Аудиторские ведомости, №7, 2001.
17. Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999.
18. Семенова О.П. Как оценить финансовое состояние организации и угрозу банкротства. // Налоговый вестник, №4, 2003.
19. Торговое дело: Экономика, маркетинг, организация: Учебник – 2-е изд., перераб. и доп./ под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько – М.: ИНФРА-М, 2001.
20. Трофимова Л. Экономическая диагностика эффективности деятельности торговой организации. // Финансовая газета, №37, 1999.
21. Шахманов Ф.И. Прибыль – основной показатель результатов деятельности организации // Финансы, №6, 2000.
22. Щур Д.Л., Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля – М.: Дело и Сервис, 1999.
23. Экономика торгового предприятия: Учебник для вузов / А.И. Гребнев, Ю.К. Баженов, О.А. Габриэлян и др.: Рук. авт. кол. А.И. Гребнев – М.: Экономика, 1996.
24. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2001.
25. Экономика предприятия: Учебник для вузов / В.Я. Горфинкель, В.П. Прасолова и др. / Под. ред. проф. В.Д. Горфинкеля – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.
26. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / Под общ. ред. А.И. Соломатина – М.: ИНФРА-М, 2001.
27. Экономика: Учебник / Под ред. А.С. Булатова. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: БЕК, 1997.
28. Экономика предприятия торговли и сферы услуг: Учебное пособие под ред. проф. Ю.А. Аванесова. – М.: МИПП ТОО «Люкс-арт», 1997.