

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Филиал в г. Златоусте  
Факультет «Сервис, экономика и право»  
Кафедра «Экономика и право»  
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой,  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ Т.И. Гусева  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Особенности формирования финансовых результатов торгового предприятия  
ООО «Торговая сеть СМАК»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ  
ЮУрГУ – 38.03.01.2017.264.ПЗ ВКР

Руководитель работы  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ Е.Н. Зайцева  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Автор работы  
студент группы

\_\_\_\_\_ О.В. Литягина  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Нормоконтролер  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ И.И.Турсукова  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Златоуст 2017

## АННОТАЦИЯ

Литягина О.В. Особенности формирования финансовых результатов ТорговОiО предприятия ООО «Тоговая сеть СМАК». - Златоуст: ЮУрГУ, ЭиП, 2017, 85 с.. 7 ил., 23 табл., библиогр. список - 35 найм., 3 приложения

Выпускная квалификационная работа посвящена раскрытию теоретических и методологических основ управления процессом формирования финансовых результатов предприятий сферы торговли, а также разработке управленческих решений, позволяющих повысить эффективность формирования финансовых результатов.

В первом разделе выпускной квалификационной работы рассматриваются теоретические основы формирования финансовых результатов торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК». Раскрываются особенности формирования финансовых результатов на торговых предприятиях. Описывается методика формирования финансовых результатов торгового предприятия. Обобщаются пути повышения финансовых результатов торгового предприятия.

Во втором разделе работы приводится краткая организационно-экономическая и финансовая характеристика ООО «Торговая сеть СМАК». Проводится анализ формирования финансовых результатов предприятия. Количественно оцениваются факторы, влияющие на финансовые результаты деятельности предприятия.

В третьем разделе выпускной квалификационной работы разработаны мероприятия по повышению эффективности формирования финансовых результатов торгового предприятия, оценен экономический эффект от их внедрения. Мероприятия касаются введения скидок в рамках акций «Ранняя покупка» и «Скидки для пенсионеров», организации торговли заказами через Интернет, проведения организационных мероприятий, способствующих снижению товарных потерь.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ .....	11
1.1 Понятие финансовых результатов и особенности их формирования на предприятиях торговли .....	11
1.2 Методика анализа формирования финансовых результатов торгового предприятия .....	17
1.3 Пути повышения финансовых результатов торгового предприятия ...	25
2 АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ТОРГОВАЯ СЕТЬ СМАК» .....	31
2.1 Краткая организационно-экономическая и финансовая характеристика предприятия .....	31
2.2 Анализ формирования финансовых результатов предприятия .....	38
2.3 Анализ влияния факторов на финансовые результаты деятельности предприятия .....	53
3 ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ООО «ТОРГОВАЯ СЕТЬ СМАК» .....	63
3.1 Разработка мероприятий по повышению эффективности формирования финансовых результатов торгового предприятия .....	63
3.2 Оценка экономического эффекта от разработанных мероприятий ....	72
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	76
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	79
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Аналитический бухгалтерский баланс ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг. ....	82
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Аналитический отчет о финансовых результатах ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг. ....	84

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** Торговля оказывает существенный вклад в экономику России, ее конкурентоспособность и инновационное развитие, играет значительную роль в развитии малого и среднего бизнеса, повышении эффективности и производительности экономики, стимулирует приток иностранных инвестиций, имеет важное значение в обеспечении высокого уровня жизни населения, его занятости.

Одной из базовых целей любой коммерческой организации является максимизация прибыли. Важным фактором дальнейшего развития предприятия является поток поступающих денежных средств, превышающих платежи. Поэтому важной задачей каждого хозяйственного субъекта является получение больших доходов, при наименьших затратах, путем экономии в расходовании средств и увеличение эффективности их использовании. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии со спросом на них. Грамотное эффективное управление формированием финансовых результатов предусматривает построение на предприятии соответствующих организационно-методических систем обеспечения этого управления, знание основных механизмов формирования прибыли, использование современных методов ее анализа и планирования.

Важную роль в формировании оптимальных управленческих решений играют результаты экономического анализа. Анализ позволяет оптимизировать как тактические, так и стратегические решения в направлении диверсификации продаж, в области ценообразования, в области повышения эффективности издержек и увеличения прибыли с целью обеспечения конкурентоспособности торгового предприятия. Без глубокого экономического анализа финансовых результатов деятельности и без корректных прогнозов на перспективу

невозможно разработать научно обоснованный бизнес-план, выбрать оптимальные варианты управленческих решений.

Таким образом, актуальность темы исследования заключается в том, что в современных условиях жесткой конкуренции каждому торговому предприятию необходимо эффективно использовать имеющиеся в его распоряжении ресурсы. Эффективность деятельности предприятия характеризуется величиной прибыли и уровнем рентабельности. Поэтому каждое торговое предприятие должно стремиться к росту прибыли за счет наращивания объемов товарооборота, валового дохода и минимизации издержек обращения, то есть к эффективному управлению формированием финансового результата.

**Объект исследования** – ООО «Торговая сеть СМАК».

**Предмет исследования** – эффективность формирования финансовых результатов торгового предприятия.

**Цель работы** – разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности формирования финансовых результатов торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК».

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие **задачи**:

1) Раскрыть теоретические основы формирования финансовых результатов предприятий сферы торговли.

2) Провести анализ формирования финансовых результатов торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК».

3) Разработать мероприятия по повышению эффективности формирования финансовых результатов ООО «Торговая сеть СМАК» и оценить экономический эффект от их внедрения.

**Теоретической основой** исследования послужила учебная и научная литература по вопросам экономики и финансов торговых предприятий. Сущность финансовых результатов, особенности и порядок их формирования раскрываются в работах таких авторов как Альбеков А.У., Арзуманова Т.И., Брагин Л.А., Губин

В.Е., Лебедева С.Н., Соломатин А.В. и других. Различные аспекты управления прибылью в торговле рассматриваются в трудах Баканова М.И., Бланка И.А., Горшковой Л.В. Губановой И.Р., Иоффе М.Я. и других авторов. Интерес к вопросам формирования прибыли торгового предприятия поддерживается в периодических экономических изданиях (Современная торговля, Экономический анализ: теория и практика, Планирование и анализ хозяйственной деятельности, Финансовая аналитика: проблемы и решения, Менеджмент в России и за рубежом и других).

**Методической базой** исследования явилась учебная литература и научные статьи авторов, специализирующихся в области экономического анализа. Методика анализа формирования финансового результата на предприятиях сферы торговли описана в работах Абрютиной М.С., Баканова М.И., Губина В.Е., Кравченко Л.И., Николаевой Т.И., Чернова В.А. и других авторов. Методика анализа отдельных составляющих финансового результата торгового предприятия, таких как издержки обращения и валовой доход, освещена в работах Герасимова Б.И., Кожарского В.В., Савицкой Г.В., Соловьевой Н.А. и других.

**Теоретической базой** исследования явилась бухгалтерская и статистическая отчетность ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что разработанные в ней мероприятия могут быть использованы на предприятиях торговли при формировании системы управления прибылью.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ

## 1.1 Понятие финансовых результатов и особенности их формирования на предприятиях торговли

Торговля представляет собой вид предпринимательской деятельности, где объектом действия является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров, их доставки, хранения и подготовке к продаже. Отражение процесса формирования финансового результата в торговых организациях связано с осуществляемыми ими формами организации торговли.

Различают два основных вида торговли – оптовую и розничную. В соответствии со статьей 492 Гражданского кодекса РФ под розничной торговлей понимается передача продавцом покупателю по договору розничной купли-продажи товара, предназначенного для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью [1]. Основными задачами этого предприятия являются: удовлетворение спроса населения, как по ассортименту, так и по качеству товара; организация соответствующего уровня обслуживания покупателей с предоставлением разнообразных услуг. Предприятия оптовой торговли реализуют товар юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, приобретающим товар для последующей перепродажи, а так же организациям, закупающим товар для производства иной продукции. Основными задачами оптового торгового предприятия являются: поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей; закупка товаров у производителей, их доставка и хранение; формирование торгового ассортимента в соответствии с требованиями розничных предприятий [8]. Эти отличия определяют разницу в порядке формирования финансового результата.

Механизм формирования финансового результата является одним из элементов

хозяйственного механизма предприятия. Под формированием финансовых результатов деятельности торгового предприятия понимается определенная последовательность (алгоритм, методика), конечной целью которой является определение значения показателя валовой прибыли и ее производных (прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли).

В экономической литературе приводятся различные определения финансового результата торгового предприятия. По определению А.В. Соломатина «Финансовые результаты торгового предприятия – это системное понятие, которое отражает совместный результат от коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации товаров, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли» [31].

По мнению В.Е. Губина «Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Торговые предприятия получают прибыль, главным образом, от продажи товаров, количественно она представляет собой разность между чистой выручкой от продажи товаров и полной себестоимостью проданных товаров» [16]. Далее автор отмечает, что под чистой выручкой понимается доход предприятия в виде товарооборота по продажным ценам (без вычитаемых налогов, т.е. НДС, акцизов, экспортных пошлин). Под полной себестоимостью проданных товаров понимаются затраты на приобретение товаров (товарооборот по покупным ценам) и затраты, связанные с продажей товаров (издержки обращения). Данное определение финансовых результатов может быть применимо к показателю прибыли от продаж, в то время как финансовый результат деятельности торгового предприятия отражает все стороны деятельности и включает прибыль (убыток): от продажи товаров, от финансовых вложений и кредитных операций, сальдо прочих доходов и расходов.

М.С. Абрютина раскрывает сущность финансового результата торгового предприятия следующим образом «Финансовый результат – это итоговый результат деятельности торговой организации за определенный период,



призванный представить эффективность делового оборота во всех существенных аспектах использования ресурсного потенциала торговой организации» [7]. Данное определение характеризует важность и значение финансового результата деятельности торгового предприятия, однако не позволяет понять алгоритм его формирования.

Финансовый результат торгового предприятия формируется по следующей схеме, представленной на рисунке 1.1.

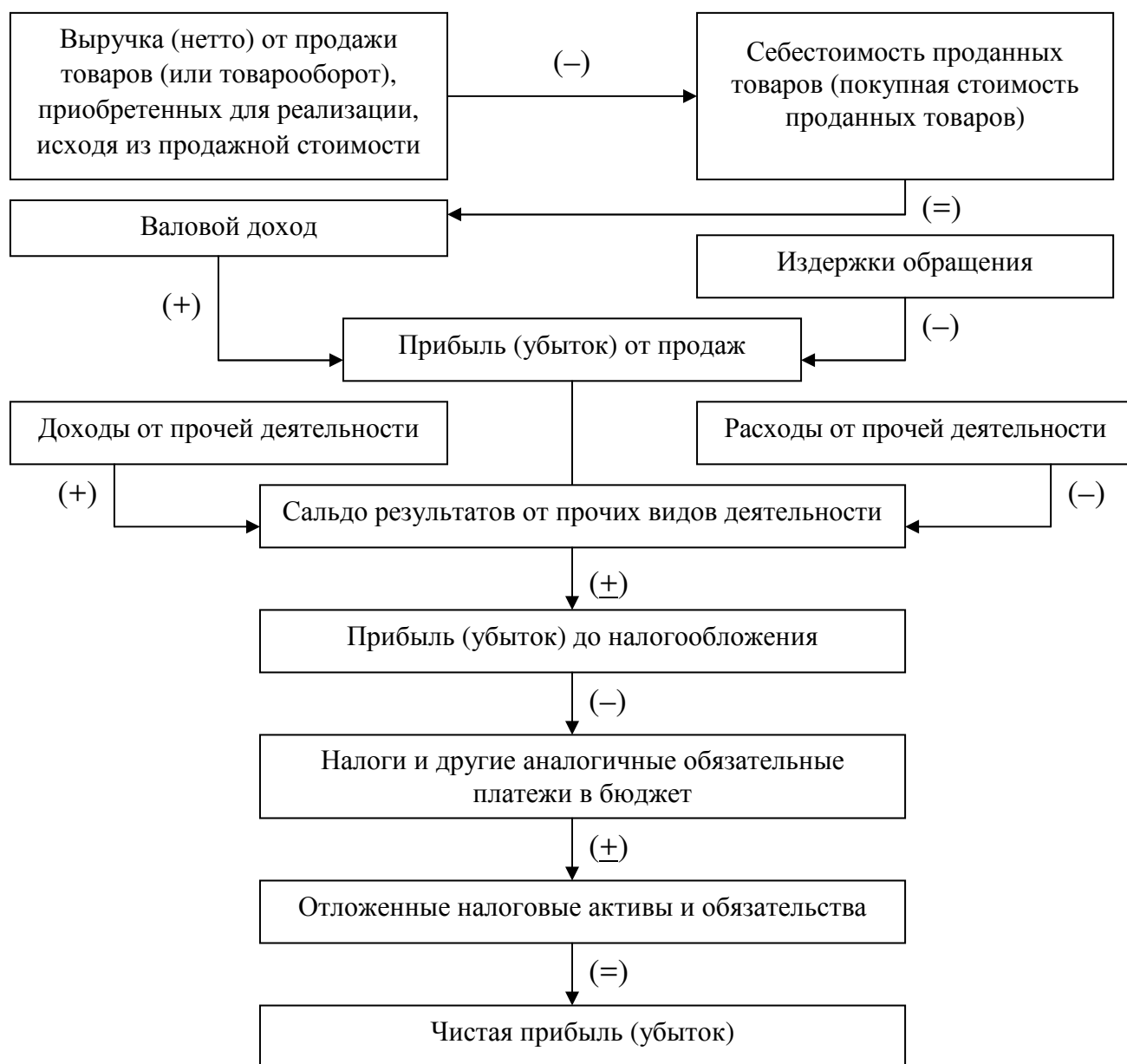


Рисунок 1.1 – Схема формирования финансовых результатов предприятия сферы торговли

Под товарооборотом (выручкой-нетто от продажи товаров) торгового предприятия понимается сумма продажи им товаров за определенный период времени. Как экономический показатель товарооборот является главным показателем торговой деятельности, характеризующим процесс товародвижения, объем реализованной товарной массы, сумму денежной выручки продавца и денежные расходы на приобретение товаров – покупателя [32]. Себестоимость проданных товаров представляет собой сумму расходов, связанных с приобретением проданных товаров по покупной стоимости (покупная стоимость проданных товаров или товарооборот по покупным ценам). Валовой доход – показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи товаров над затратами по их приобретению.

С экономической точки зрения прибыль от продаж представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход от предпринимательской деятельности, получаемый как разница между совокупными доходами и совокупными затратами торгового предприятия [24]. Прибыль торгового предприятия от реализации определяется по следующей формуле (1.1).

$$\text{Пр} = \text{ВД} - \text{ИО}, \quad (1.1)$$

где ПР – прибыль от продажи товаров, руб.;

ВД – валовой доход, руб.;

ИО – издержки обращения, руб.

Таким образом, особенностью определения финансового результата от продаж в торговых организациях является предварительное исчисление валового дохода. Основная часть валового дохода торгового предприятия представляет собой доход от реализации товаров и платных торговых услуг, т.е. валовой доход от торговой деятельности. Источником образования доходов от реализации выступают торговые надбавки (наценки). Предприятие закупает товары по одной цене, и, прибавляя к ней торговую надбавку, продает их по другой цене. По сути дела, торговая надбавка выступает как цена услуг торговли по доведению товаров

от производителей к потребителям. Сумма всех реализованных торговых надбавок и есть валовой доход торгового предприятия.

Основным источником образования валового дохода являются торговые надбавки, самостоятельно устанавливаемые торговым предприятием. Торговая надбавка предназначена для [33]:

- покрытия издержек обращения, связанных с реализацией товара;
- покрытия налоговых платежей, входящих в цену товара, т.е. уплачиваемых непосредственно за счет доходов торгового предприятия (к ним относятся налог на добавленную стоимость, акцизы, таможенные сборы и пошлины);
- формирования суммы прибыли от реализации товаров (до вычета из нее налогов).

Основная цель торговой надбавки состоит в возмещении текущих затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов, направленных на продвижение товара от производителя к потребителю и обеспечении рентабельности реализуемого товара. Достижение поставленных целей зависит от размера торговой надбавки, определяемого как внешними, так и внутренними границами ее формирования. Торговая надбавка, являясь ценой сферы торговли, подвержена влиянию ряда факторов, таких как: специфика деятельности торгового предприятия; ценовая политика предприятия; правительственная политика, проводимая в сфере обмена; спрос и предложение на торговые услуги; уровень издержек обращения; стратегические целевые критерии, принятые предприятием на данный период функционирования [17].

Издержки обращения (расходы на продажу) – это выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по доведению товара от производителя к потребителю, преобразованию производственного ассортимента в торговый, организации процесса купли-продажи и потребления, удовлетворению спроса потребителей [20]. Большое значение при оценке результатов деятельности торгового предприятия имеет их классификация по экономическому содержанию. По этому признаку все издержки обращения в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Расходы организации»

(ПБУ 10/99) группируются в пять групп [4]:

- 1) Материальные затраты.
- 2) Затраты на оплату труда.
- 3) Отчисления на социальные нужды.
- 4) Амортизация.
- 5) Прочие затраты.

Однако группировка по экономическим элементам не позволяет выявить направление и целевое назначение отдельных расходов. Поэтому возникает необходимость учета, анализа и планирования издержек обращения по статьям установленной номенклатуры. В настоящее время торговые организации для группировки издержек обращения по статьям калькуляции могут воспользоваться «Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях потребительской кооперации» [6], которые предусматривают следующую классификацию издержек обращения, устанавливаемых торговой организацией самостоятельно:

- 1) Транспортные расходы.
- 2) Расходы на оплату труда.
- 3) Отчисления на социальные нужды.
- 4) Затраты по оплате процентов за пользование займам.
- 5) Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря и легкового автотранспорта.
- 6) Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров.
- 7) Износ посуды, приборов, спецодежды, столового белья, других малоценных и быстроизнашивающихся предметов и расходы по их содержанию.
- 8) Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд.
- 9) Расходы на рекламу.
- 10) Потери товаров и технологические отходы.
- 11) Расходы на тару.
- 12) Отчисления в фонд подготовки кадров.

- 13) Расходы на ремонт основных средств.
- 14) Внутрихозяйственные отчисления.
- 15) Отчисления в фонд научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.
- 16) Отчисления в страховые фонды.
- 17) Прочие расходы.

Таким образом, финансовые результаты торгового предприятия – это системное понятие, отражающее совместный результат от коммерческой деятельности в виде выручки от реализации товаров, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли. Можно выделить следующие особенности формирования финансового результата в торговле:

- все расходы торговых предприятий, необходимые им для выполнения своих функций, идентифицируются как издержки обращения, и отражаются по статье «Коммерческие расходы» отчета о финансовых результатах;
- предварительное исчисление валового дохода, источником получения которого служат торговые надбавки, выступающие как разница между продажной и покупной ценой товаров;
- для определения финансового результата от продаж в торговой организации из суммы ее валового дохода вчитается величина издержек обращения, относящаяся к проданным товарам.

В общем виде финансовый результат (прибыль или убыток) хозяйствования торгового предприятия складывается из финансового результата от операций, являющихся предметом его основной деятельности и прочих операций.

## 1.2 Методика анализа формирования финансовых результатов торгового предприятия

Цель управления процессом формирования прибыли коммерческой организации заключается в обеспечении роста рентабельности продаж на основе преимущественного роста прибыли по всем ее видам по сравнению с ростом

выручки от продажи товаров. Только в этом случае будут созданы предпосылки для повышения деловой активности предприятия, а увеличение его чистой прибыли обеспечит пополнение накопленной части собственного капитала, что, в свою очередь, предопределяет устойчивость его финансового состояния.

Достижение данной цели невозможно без глубокого и своевременного анализа финансовых результатов, целью которого состоит в получении объективной оценки динамики и структуры финансовых результатов, а также выявлении внутренних резервов их улучшения.

Цель анализа формирования финансовых результатов заключается в проведении экономически обоснованной оценке объема и динамики чистой прибыли и ее элементов, а также в выявлении и количественном измерении влияния факторов на показатели прибыли с целью выявления факторов, оказывающих доминирующее влияние, главным образом отрицательного характера, чтобы выявить основные резервы улучшения финансовых результатов. В этой связи в рамках анализа формирования финансовых результатов решаются следующие задачи [13]:

- общий анализ финансовых результатов;
- факторный анализ финансовых результатов.

Анализ формирования финансовых результатов проводится на основе отчета о финансовых результатах. При общей оценке динамики прибыли сравнивают ее сумму, полученную в отчетном периоде, с прибылью за соответствующий период прошлого года и находят абсолютное отклонение по формуле (1.2).

$$\Delta \text{Пр} = \text{Пр}_1 - \text{Пр}_0, \quad (1.2)$$

где  $\Delta \text{Пр}$  – абсолютное отклонение по прибыли, руб.

$\text{Пр}_1, \text{Пр}_0$  – прибыль за отчетный и прошлый год соответственно, руб.

Затем определяют относительное отклонение по темпу роста (1.3):

$$\Delta T_p = \frac{\text{Пр}_1}{\text{Пр}_0} \cdot 100 \%, \quad (1.3)$$

где  $\Delta T_p$  – относительное отклонение темпа роста прибыли, %.

При этом, формируя оценку результатов анализа, следует помнить, что динамики финансовых результатов заслуживает положительной оценки только в случае опережающего роста различных видов прибыли в сравнении с увеличением выручки от продажи товаров, т.е. при выполнении условия (1.4). В случае выполнения данного соотношения будет достигнуто увеличение финансовой отдачи результатов деятельности объекта исследования, которое означает рост эффективности.

$$\text{TrPr} > \text{TrT} > 100 \%, \quad (1.4)$$

где TrPr – темп роста прибыли, %,

TrT – темп роста товарооборота, руб.

Экономическая интерпретация результатов анализа формирования финансовых результатов за отчетный период в сравнении с предшествующим основывается, помимо рассмотренных ранее, на следующих критериях. Положительно оценивается [11]:

- формирование по итогам деятельности за отчетный период положительного конечного финансового результата – чистой прибыли, который, в свою очередь, должен быть достигнут в основном за счет прибыли от продажи товаров;

- относительный рост валового дохода; при этом необходимо помнить, что увеличение суммы реализованной торговой наценки создает предпосылки для улучшения финансового результата от основного вида деятельности только при условии опережающего ее роста по сравнению с увеличением выручки от продажи товаров;

- относительное сокращение издержек обращения, которое может быть обеспечено только опережающими темпами роста выручки от продажи товаров по сравнению с темпами роста расходов на продажу; позитивным следствием указанного соотношения явится сокращение уровня издержек, означающее относительную их экономию, а в итоге – рост рентабельности продаж по прибыли от продажи товаров.

После общего анализа динамики финансовых результатов рассчитывают влияние факторов на изменение прибыли с целью выявления конкретной величины ее потерь в анализируемом периоде, а на этой основе – приоритетных направлений дальнейшего аналитического исследования, ориентированного на идентификацию скрытых резервов максимизации прибыли.

В процессе факторного анализа прибыли особое внимание обращается на два показателя прибыли: от продаж и валовой. На торговом предприятии прибыль от продажи товаров зависит от объема и структуры выручки от продажи товаров (товарооборота), уровней валового дохода и издержек обращения [31].

С увеличением объема товарооборота сумма прибыли от продажи товаров увеличивается, а с уменьшением товарооборота – сокращается. Влияние объема товарооборота на сумму прибыли от продаж определяется по формуле (1.5):

$$\Delta\text{Пр}_T = (T_1 - T_0) \cdot Ур_0 : 100, \quad (1.5)$$

где  $\Delta\text{Пр}_T$  – изменение прибыли от продаж под влиянием товарооборота, руб.;

$T_1, T_0$  – товарооборот отчетного и прошлого года соответственно, руб.;

$Ур_0$  – уровень рентабельности продаж прошлого года, %.

Влияние среднего уровня валового дохода на прибыль от продажи товаров определяется по формуле (1.6):

$$\Delta\text{Пр}_{вд} = T_1 \cdot (У_{вд1} - У_{вд0}) : 100, \quad (1.6)$$

где  $\Delta\text{Пр}_{вд}$  – изменение прибыли от продажи товаров под влиянием среднего

уровня валового дохода, руб.;

$У_{вд1}, У_{вд0}$  – уровни валового дохода в отчетном и прошлом году, %.

Уровень валового дохода характеризует собой величину реализованной торговой наценки, получаемой организацией с каждых 100 руб. проданных товаров или удельный вес валового дохода в выручке от продажи товаров. Увеличение издержек обращения снижает прибыль, а уменьшение – увеличивает ее. Для определения влияния издержек обращения на прибыль от продаж используется формула (1.7).



$$\Delta\text{Пр}_{\text{ио}} = T_1 \cdot (Y_{\text{ио1}} - Y_{\text{ио0}}) : 100, \quad (1.6)$$

где  $\Delta\text{Пр}_{\text{ио}}$  – изменение прибыли от продажи товаров под влиянием издержек обращения, руб.;

$Y_{\text{ио1}}, Y_{\text{ио0}}$  – уровень издержек обращения в отчетном и прошлом году, %.

Анализ валового дохода является составной частью оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятий сферы торговли. Его значение определяется той ролью, которую он выполняет, выступая в качестве главного источника финансирования торговой деятельности и формирования прибыли. Цель анализа валового дохода заключается в оценке достаточности валовой прибыли для покрытия расходов на продажу, а также в выявлении внутренних резервов ее роста. Для достижения данной цели решаются следующие аналитические задачи [30]:

- общий анализ, позволяющий выявить и оценить тенденцию изменения валовой прибыли в абсолютном и относительном выражениях;
- факторный анализ, в рамках которого осуществляется изучение и количественное измерение причин изменения суммы и уровня валового дохода.

Увеличение суммы валового дохода следует оценить положительно при условии его опережающего роста по сравнению с ростом выручки от продажи товаров, что будет создавать предпосылки для повышения среднего уровня валового дохода, но при условии одновременного ускорения оборачиваемости товарных запасов. Если увеличение торговых надбавок приведет к замедлению оборачиваемости товаров, то их рост следует признать экономически неоправданными.

На следующем этапе анализа валовой прибыли выявляют причины изменения ее абсолютной величины под воздействием влияния факторов. Классификация факторов, находящихся в зависимости с изменением валовой прибыли торговых предприятия, представлена на рисунке 1.2 [30].

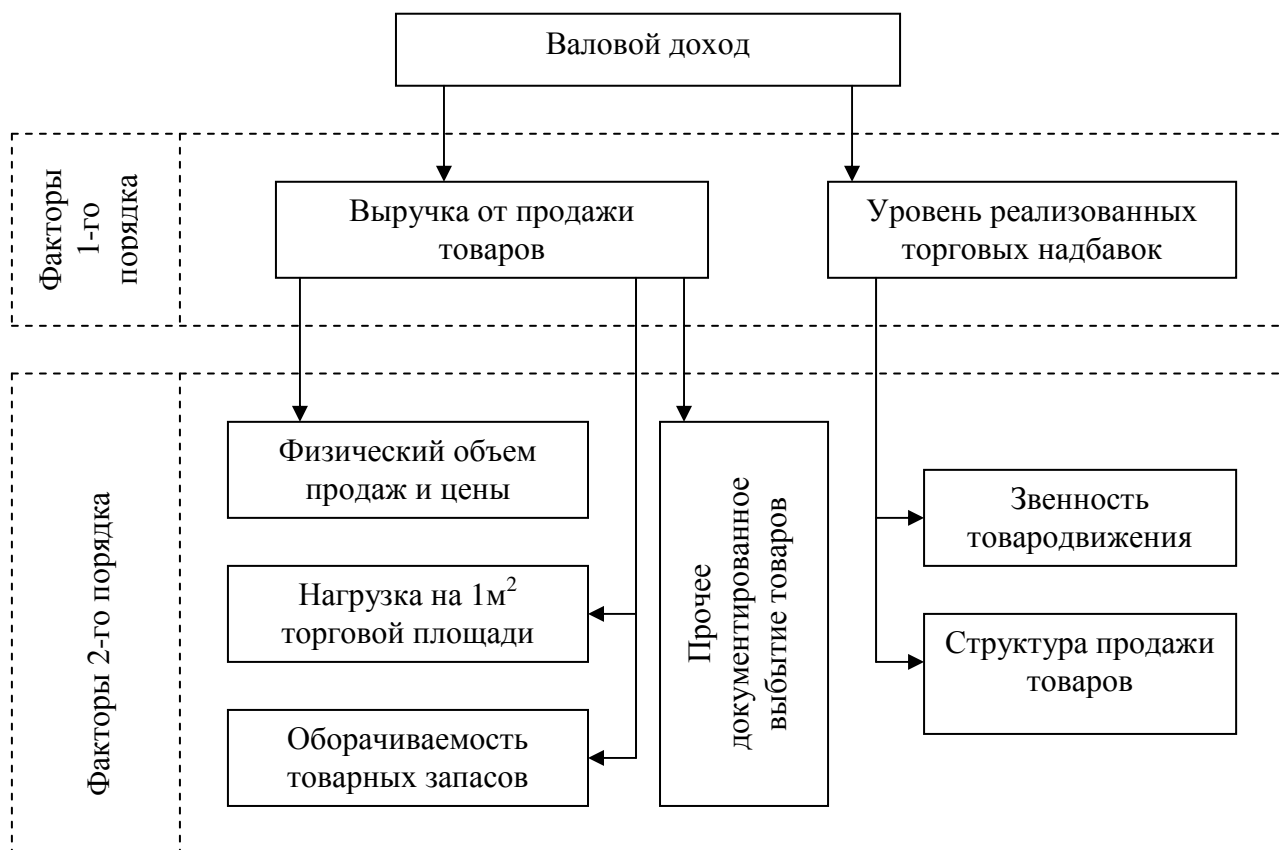


Рисунок 1.2 – Классификация факторов, оказывающих влияние на валовой доход предприятий сферы торговли

Общая сумма валового дохода находится в пропорциональной зависимости от изменения объема выручки от продажи товаров и уровня реализованных торговых надбавок (факторы первого порядка). С ростом объема выручки и среднего уровня надбавок сумма валового дохода увеличивается, и наоборот. Их влияние можно измерить приемом абсолютных разниц.

Изменение суммы валового дохода под влиянием изменения объема выручки от продажи товаров ( $\Delta ВД_T$ ) определяется по формуле (1.8) [31].

$$\Delta ВД_T = (T_1 - T_0) \cdot У_{ВД0} : 100. \quad (1.8)$$

Изменение суммы валового дохода под влиянием изменения среднего уровня реализованных торговых надбавок ( $\Delta ВД_{УВД}$ ) определяется по формуле (1.9).

$$\Delta ВД_{УВД} = T_1 \cdot (У_{ВД1} - У_{ВД0}) : 100. \quad (1.9)$$

На динамику валовой прибыли оказывает опосредованное влияние изменение

эффективности использования таких ресурсов, как товарные запасы и торговая площадь (факторы второго порядка). В этом случае, в первую очередь, одним из методов прямого детерминированного факторного анализа определяют величину изменения выручки от продажи товаров за счет показателей интенсивности – скорости обращения товарных запасов и нагрузки на 1м<sup>2</sup> торговой площади, после чего методом абсолютных разниц рассчитывают величину изменения валовой прибыли от продажи товаров за счет указанных факторов.

Влияние изменения скорости обращения товарных запасов на валовой доход ( $\Delta ВД_C$ ) определяется по формуле (1.10) [33].

$$\Delta ВД_C = (C_1 - C_0) \cdot ТЗ_1 \cdot У_{ВД0}, \quad (1.10)$$

где  $C_1, C_0$  – скорость обращения товарных запасов с отчетном и предыдущем периодах, обороты;

$ТЗ_1$  – товарный запас отчетного периода, руб.

Влияние изменения нагрузки на 1 м<sup>2</sup> торговой площади на изменение суммы валового дохода ( $\Delta ВД_H$ ) определяется по формуле (1.11).

$$\Delta ВД_H = (H_1 - H_0) \cdot S_1 \cdot У_{ВД0}, \quad (1.11)$$

где  $H_1, H_0$  – средняя нагрузка на 1 м<sup>2</sup> торговой площади в отчетном и предыдущем периодах, руб.;

$S_1$  – торговая площадь отчетного периода, м<sup>2</sup>.

Значительное влияние на валовой доход оказывает изменение структуры товарооборота. Увеличение в товарообороте удельного веса товаров с более высокими размерами торговых надбавок ведет к повышению среднего уровня валового дохода, и наоборот. Влияние изменения структуры товарооборота на уровень валового дохода можно определить способом абсолютных разниц с использованием процентных чисел.

Для определения влияния изменения структуры товарооборота на средний уровень валового дохода расчет процентных чисел ( $\sum\%Ч$ ) производится путем умножения отклонения удельного веса товарной группы отчетного года от

показателя прошлого года на уровень валового дохода данной товарной группы, сложившейся в прошлом году (1.12) [7].

$$\Delta U_{ВД(стр)} = \frac{\sum_{i=1}^n [(Y_{i1} - U_{дВ_0}) \times Y_{i0}]}{100} = \frac{\sum \%Ч}{100}, \quad (1.12)$$

Для определения влияния уровня валового дохода товарной группы на средний по предприятию уровень валового дохода расчет процентных чисел ( $\sum \%Ч$ ) производят умножением отклонения уровня валового дохода товарной группы отчетного года от прошлого на удельный вес этой товарной группы в товарообороте отчетного года (1.13):

$$\Delta U_{ВД} = \frac{\sum_{i=1}^n [(Y_{ВД1} - Y_{ВД0}) \times U_{дВ_0}]}{100} = \frac{\sum \%Ч}{100}, \quad (1.13)$$

где  $\Delta U_{ВД(стр)}$  – изменение среднего уровня валового дохода предприятия за счет изменения структуры товарооборота, %;

$\Delta U_{ВД}$  – изменение среднего уровня валового дохода за счет изменения уровня валового дохода по отдельным товарным группам, %;

$U_{дВ_1}$ ,  $U_{дВ_0}$  – удельный вес в товарообороте соответственно отчетного и базисного года  $i$ -ой товарной группы, %;

$Y_{ВД1}$ ,  $Y_{ВД0}$  – уровень валового дохода  $i$ -ой товарной группы соответственно в базисном и отчетном году, %;

$n$  – количество товарных групп.

По результатам анализа валового дохода выявляются неиспользованные возможности (резервы) его роста.

Таким образом, цель анализа формирования финансовых результатов деятельности торгового предприятия – повышение эффективности его работы на основе системного изучения всех видов деятельности, обобщения их результатов и выявление резервов роста прибыли. Задачи анализа финансовых результатов заключаются в систематическом контроле за формированием финансовых

результатов торгового предприятия, определении влияния факторов на финансовые результаты, выявлении резервов увеличения суммы прибыли, уровня валового дохода и рентабельности.

### 1.3 Пути повышения финансовых результатов торгового предприятия

В общем виде резервы роста прибыли представляют собой возможности увеличения доходов и снижения расходов, которые могут быть получены торговым предприятием за счет эффективной организации его коммерческой деятельности. Значение поиска резервов роста прибыли объясняется стоящей перед руководством задачей ее максимизации. При наличии неиспользованных резервов повышения прибыли предприятия не испытывают дефицита, но при этом несут экономические убытки.

Как было отмечено ранее, финансовый результат от продаж торгового предприятия определяется как разность величины валового дохода, источником получения которого служат торговые надбавки, и издержек обращения. Следовательно, основные резервы улучшения финансовых результатов предприятий торговли кроются в увеличении валового дохода и его уровня, а также в снижении издержек обращения и их уровня.

Учитывая, что наибольшее влияние на сумму валового дохода оказывают такие факторы, как объем товарооборота, уровень цены закупки товаров и уровень цены реализации товаров, в разрезе этих основных факторов на предприятиях торговли и осуществляется поиск резервов повышения доходов от торговой деятельности, обеспечивающих достижение их плановых показателей. Соответственно все резервы увеличения доходов от торговой деятельности можно объединить в три группы [23]:

- 1) Резервы повышения дохода от торговой деятельности за счет снижения уровня цен закупки товаров.
- 2) Резервы повышения доходов от торговой деятельности за счет увеличения объема реализации товаров.

3) Резервы повышения доходов за счет увеличения уровня цен реализации товаров.

Обобщение направлений реализации данных резервов увеличения доходов торгового предприятия представлено в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Резервы повышения доходов торгового предприятия

Направление повышения доходов	Резерв повышения доходов
Снижение уровня закупочных цен на товары	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сокращение числа посредников при закупке товаров, наиболее низкий уровень цены может быть обеспечен при закупке товаров у непосредственных производителей</li> <li>– использование всей системы ценовых скидок в процессе формирования партий закупаемых товаров, в первую очередь, скидок на количество или сумму закупаемых товаров, а также скидок постоянным партнерам</li> <li>– закупка отдельных товаров за рубежом в периоды благоприятных соотношений курсов национальной и иностранных валют (снижении курсов иностранных валют)</li> <li>– осуществление товарообменных (бартерных) операций при благоприятном соотношении уровней цен на обмениваемые товары на различных региональных рынках</li> <li>– закупка партий товаров на сезонных и предпраздничных их распродажах по существенно сниженным ценам</li> </ul>
Увеличение объема реализации товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществление эффективной маркетинговой политики на предприятии</li> <li>– диверсификация ассортимента путем включения в ассортиментный перечень взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров, позволяющих повысить комплексность покупок</li> <li>– предоставление потребительского кредита при реализации дорогостоящих товаров</li> <li>– интенсификация рекламной и информационной деятельности торгового предприятия</li> </ul>
Увеличение уровня цен реализации товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>– эффективное осуществление разработанной ценовой политики предприятия на потребительском рынке, обеспечение своевременной ее корректировки в необходимых случаях</li> <li>– использование благоприятной торговой конъюнктуры на отдельных этапах планового периода, особенно при реализации сезонных товаров</li> <li>– повышение уровня торгового обслуживания с соответствующим повышением уровня цен на отдельные товары</li> </ul>

Ценовая политика является не только одной из главных составляющих системы управления доходами торгового предприятия, но и важнейшим механизмом, обеспечивающим многие приоритеты его экономического развития. Одним из инструментов ценовой политики, активно используемых в розничной торговле, являются скидки. В современных условиях экономики все большее применение находит система скидок с цен как один из важнейших факторов стимулирования продаж. Это позволяет продавцам не только удерживать постоянных покупателей, но и привлекать новых, что, в конечном счете, оказывает положительное влияние на ускорение оборачиваемости товаров и прибыль. Существует достаточно большое разнообразие скидок, среди которых наиболее эффективными вариантами, позволяющих добиться главной цели – удержания покупателей, являются следующие виды скидок [24]:

1) Введение дисконтных карт – скидка по бонусной карте может предоставляться за покупку на определенную сумму или предоставлять какой-то процент скидки. С увеличением накопленной суммы на карте статус и привилегии ее владельца могут увеличиваться.

2) Постоянные скидки, предусмотренные для определенной группы лиц, например, для пенсионеров в магазине с товарами первой необходимости, что обеспечит магазину увеличение посещаемости.

3) Скидки, предусмотренные на ограниченное время или на определенный товар, которые чаще всего ускоряют решение покупателя прийти в магазин.

4) Скидки по рекламным предложениям – предусмотрены для тех, кто приходит в магазин с купонами, визитками, рекламными проспектами, приглашениями. Благодаря такому варианту скидок, можно не только привлечь покупателя, но и оценить эффективность рекламы.

5) Праздничные скидки, которые предусмотрены на дни рождения покупателя при предъявлении им паспорта, на Новый год, в другие праздники.

6) Скидки, предусмотренные только в определенное время, чаще всего тогда, когда покупателей обычно бывает меньше всего: чаще всего утром и ночью, если магазин круглосуточный. Такой вариант скидок может использоваться как в

предпраздничные дни, чтобы более равномерно распределить поток покупателей, так и повседневно.

7) Скидки, которые предоставляются при выполнении покупателем каких-то условий, например, приобретение товара на определенную сумму и т.п.

Исходя из того, что издержки обращения занимают значительное место в торговой надбавке, их сокращение является весомым фактором для увеличения финансового результата торгового предприятия. Во-первых, снижение издержек обращения создает предпосылки к уменьшению торговой надбавки, что приводит к снижению цены товаров, повышению их конкурентоспособности, и, следовательно, к увеличению объема товарооборота. Во-вторых, снижение издержек обращения приводит к увеличению прибыли, т.к. при неизменном размере торговой надбавки торговое предприятие увеличивает часть доходов, формирующих прибыль.

Основными направлениями снижения издержек обращения являются [26]:

1) Улучшение торгово-оперативной и коммерческой работы. Несоответствие ассортимента товаров покупательскому спросу приводит к потерям товаров и повышенным издержкам обращения, связанных с хранением, транспортировкой товаров, содержанием торговых и складских помещений. Кроме того, наличие не пользующихся спросом товаров приводит к замедлению их оборачиваемости.

2) Развитие маркетинговой службы. Необходимость проведения маркетинговой работы, направленной на своего покупателя, для снижения уровня издержек обращения, подтверждается практикой. В этой связи необходимо принимать меры по совершенствованию службы изучения спроса.

3) Мониторинг конъюнктуры рынка для обеспечения конкурентоспособности и наиболее полного удовлетворения покупательского спроса с целью расширения своей доли на рынке. При этом необходимо уделять внимание оценке деятельности конкурентов.

4) Улучшение товародвижения и сокращение времени обращения товаров. В этих целях необходимо совершенствовать торговое обслуживание населения,



наиболее полно использовать трудовые, материальные и финансовые ресурсы.

5) Внедрение достижений научно-технического прогресса. Оснащение предприятий современным торгово-технологическим оборудованием, инвентарем и средствами механизации и автоматизации способствует повышению эффективности труда работников и снижению издержек обращения при повышении качества торгового обслуживания населения.

6) Внедрение прогрессивных форм торговли, таких как самообслуживание, торговля по заказам покупателей, в том числе через Интернет и другие.

7) Снижение товарных потерь в процессе их доставки, хранения и реализации.

Таким образом, основные резервы повышения финансовых результатов предприятий торговли кроются в увеличении валового дохода и его уровня, а также в снижении издержек обращения и их уровня.

Выводы по разделу один

В данном разделе выпускной квалификационной работы рассмотрены теоретические основы формирования финансовых результатов деятельности торговых предприятий.

Финансовый результат торгового предприятия – это итоговый показатель его хозяйственной деятельности, призванный представить эффективность делового оборота во всех существенных аспектах использования ресурсного потенциала торговой организации и отражающий совместный результат от коммерческой деятельности в виде выручки от реализации товаров (товарооборота), а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли. Основными особенностями формирования финансового результата в торговле являются следующие: все расходы торгового предприятия, связанные с выполнением им своих функций, идентифицируются как издержки обращения; для исчисления финансового результата необходимо исчисление валового дохода, источником получения которого служат торговые надбавки, выступающие как разница между продажной и покупной ценой товаров. Финансовый результат торгового

предприятия определяется как разность между валовым доходов и издержками обращения.

Цель анализа формирования финансовых результатов деятельности состоит в получении объективной оценки динамики и структуры финансовых результатов, а также выявлении внутренних резервов их улучшения. В процессе анализа финансовых результатов деятельности торговых предприятий решаются следующие задачи (этапы анализа): изучение и оценка финансовых результатов и их изменения в динамике, изучение и оценка отдельных слагаемых прибыли с позиций выявления возможностей увеличения доходов и устранения непроизводительных расходов и потерь, оценка влияния факторов на показатели прибыли, изучение и оценка динамики показателей рентабельности, обобщение и систематизация выявленных резервов роста чистой прибыли и разработка конкретных рекомендаций, направленных на вовлечение их в оборот.

Для достижения главной цели анализа формирования финансовых результатов – поиска направлений их увеличения, систематизированы резервы роста прибыли торгового предприятия. В общем виде резервы роста прибыли представляют собой возможности увеличения доходов и снижения расходов, что применительно к деятельности торгового предприятия соответствует увеличению валового дохода и снижению издержек обращения. Резервы повышения валового дохода заключаются в снижении уровня цен закупки товаров, увеличении объема реализации товаров, увеличении уровня цен реализации товаров. Резервами снижения издержек обращения являются повышение качества товаров и расширения их ассортимента в соответствии с покупательским спросом, эффективная товарная политика, направленная на оптимизацию товарных запасов, повышение производительности труда торгово-оперативного персонала, внедрение прогрессивных форм торгового обслуживания и другие.

## 2 АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В ООО «ТОРГОВАЯ СЕТЬ СМАК»

### 2.1 Краткая организационно-экономическая и финансовая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Торговая сеть СМАК» действует с сентября 2005 г. Компания зарегистрирована по адресу Челябинская область, г. Златоуст, ул. им М.С.Урицкого, д.35. В настоящее время предприятие имеет 7 филиалов, расположенных в г. Златоусте.

Предприятие относится к отрасли экономики: розничная торговля. Предметом деятельности предприятия является розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями (ОКВЭД 52.11).

Уставный капитал Общества составляет 100 тыс. руб. В формировании уставного капитала приняло участие 2 физических лица, доля каждого из которых составила 50%. Учредительным документом является Устав.

Целью деятельности Общества является осуществление хозяйственной и иной деятельности, направленной на удовлетворение общественных потребностей в товарах и услугах и извлечение прибыли. Основной задачей Общества является розничная торговля продовольственными товарами в ассортименте, соответствующем его товарному профилю, а также другими товарами, обеспечение высокой культуры обслуживания покупателей с наименьшими затратами времени на покупки, оказание дополнительных услуг, соблюдение прав и интересов покупателей.

Торговая сеть осуществляет розничную торговлю товарами следующих товарных групп:

- мясо и мясопродукты, включая яйцо;
- рыба и морепродукты;
- масла и жиры;

- молочные продукты;
- бакалея;
- кондитерские изделия;
- хлеб и хлебобулочные изделия;
- фрукты и овощи;
- алкогольная продукция и табачные изделия;
- мороженое и замороженные продукты;
- прочие товары.

Основными поставщиками товарных ресурсов являются оптовые торговые предприятия, а также предприятия-производители г. Златоуста, Челябинской и других областей России. Главную роль в снабжении магазина играют оптовые базы, на их долю приходится 60% общего поступления товаров. Непосредственно с производственных предприятий завозится в розничную сеть скоропортящаяся продукция местных предприятий-производителей.

Совокупность специализированных функциональных подразделений, взаимосвязанных в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений, образуют организационную структуру управления предприятия. Организационная структура управления торговой сети представлена на рисунке 2.1.

Высшим органом управления является общее собрание участников Общества. Исполнительным органом является управляющий торговой сетью, который решает вопросы по разработке, реализации и достижению поставленных перед торговым предприятием целей, политики предприятия, а также по организации и руководству текущей деятельности, распоряжению имуществом, найму и увольнению персонала.

Директора магазинов обеспечивают соблюдение обязательных для розничной торговли требований, установленных государственными стандартами, санитарными, ветеринарными и противопожарными правилами; обеспечивают наличие оборудования и инвентаря; анализируют результаты продаж и качества

обслуживания покупателей; проводят мероприятия по повышению качества торгового процесса; ведут переговоры; оформляют договоры поставки, купли-продажи; представляют отчетность об объемах продаж управляющему торговой сетью.



Рисунок 2.1 – Организационная структура торговой сети ООО «Торговая сеть СМАК»

В обязанности главного бухгалтера входит: организация бухгалтерского учета и контроль за экономным использованием ресурсов, проведение всех расчетных операций, составление и представление всех видов отчетности.

Товароведы определяют требования к товарам, проверяют соответствие их качества стандартам; осуществляют контроль за поступлением товаров и контролируют их наличие на складе; изучают причины образования излишних товаров, принимают меры по их реализации; осуществляют контроль за соблюдением правил хранения товаров, подготовкой к продаже; составляют отчетность по установленным формам.

Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах предприятия представлены в приложениях А, Б. Основные технико-экономические показатели деятельности торгового предприятия представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Основные технико-экономические показатели деятельности  
ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1 Выручка (нетто) от продажи товаров (товарооборот по продажным ценам)	88 276	97 485	104 638	9 209	7 153	10,43	7,34
2 Себестоимость реализованных товаров (покупная стоимость проданных товаров)	61 643	68 395	73 498	6 752	5 103	10,96	7,46
3 Валовой доход	26 633	29 090	31 140	2 457	2 050	9,23	7,05
4 Уровень валового дохода, % (с.3/с.1×100)	30,17	29,84	29,76	-0,33	-0,08	-1,09	-0,27
5 Издержки обращения	25 761	28 567	30 140	2 806	1 573	10,89	5,51
6 Уровень издержек обращения, % (с.5/с.1×100)	29,18	29,30	28,80	0,12	-0,50	0,41	-1,71
7 Прибыль от продаж	872	523	1 000	-349	477	-40,02	91,20
8 Рентабельность продаж, % (с.7/с.1×100)	0,99	0,54	0,96	-0,45	0,42	-45,45	77,78
9 Чистая прибыль	505	232	397	-273	165	-54,06	71,12
10 Активы	6 952	7 312	17 250	360	9 938	5,18	135,91
11 Рентабельность активов, % (с.9/с.10×100)	7,26	3,17	2,30	-4,09	-0,87	-56,34	-27,44
12 Собственный капитал	1 175	2 900	3317	1725	417	146,81	14,38
13 Рентабельность собственного капитала, % (с.9/с.12×100)	42,98	8,00	11,97	-34,98	3,97	-81,39	49,63
14 Среднесписочная численность персонала, всего, чел., из них:	84	86	92	2	6	2,38	6,98

## Окончание таблицы 2.1

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
14.1 административно-управленческий персонал	16	16	16	0	0	0	0
14.2 торгово-оперативный персонал	47	48	50	1	2	2,13	4,17
14.3 вспомогательный персонал	21	22	26	1	4	4,76	18,18
15 Производительность труда торгово-оперативного персонала (с.1/с.14.2)	1 878	2 031	2 093	153	62	8,15	3,05
17 Фонд оплаты труда	15 523	16 349	17 719	826	1 370	5,32	8,38
18 Среднегодовая заработная плата на одного торгово-оперативного работника	184,8	190,1	192,6	5,3	2,5	2,87	1,32
19 Основные средства (включая арендованные)	5 712	5 924	6 050	212	126	3,71	2,13
20 Торговая площадь, м <sup>2</sup>	440	482	490	42	8	9,55	1,66
21 Фондооснащенность, тыс. руб./м <sup>2</sup> (с.19/с.20)	13	12	12	1	0	7,39	0
22 Фондоотдача, руб./руб. (с.1/с.19)	15,45	16,46	17,30	1,01	0,84	6,54	5,10
23 Оборотные активы, всего, из них:	6 841	7 310	11 199	469	3 889	6,86	53,20
23.1 товарные запасы	6 430	6 644	7 129	214	485	3,33	7,30
24 Продолжительность одного оборота оборотных активов, всего, дни:	28	27	39	-1	12	-3,57	44,44
24.1 их них товарных запасов	26	25	25	-1	0	-3,85	0

Показатели, представленные в таблице 2.1, не позволяют сделать положительные выводы относительно динамики основных экономических показателей деятельности торгового предприятия. Несмотря на то, что товарооборот за период 2014–2015 гг. увеличился на 9209 тыс. руб. или на

10,43 %, а за период 2015–2016 гг. на 7153 тыс. руб. или на 7,34 %, произошло снижение уровня валового дохода с 30,17 % до 29,76 % и рентабельности продаж с 0,54 % до 0,96 % за этот же период.

Предприятие увеличивает стоимостную оценку активов, которые в 2015 году возросли на 360 тыс. руб. или на 5,18 %, а в 2016 г. на 9938 тыс. руб. или на 135,91 %. Прирост активов в 2016 г. обеспечен в основном за счет инвестиций в основные фонды. В результате фондоотдача возрастала на протяжении трех последних лет. Оборачиваемость товарных запасов за 2014–2015 гг. ускорилась за счет повышения покупательского спроса. Рентабельность активов существенно снизилась (с 7,26 % в 2014 г. до 2,30 % в 2016 г.) по причине опережающего темпа прироста активов по сравнению с темпами прироста чистой прибыли. Положительно надо оценить повышение эффективности использования трудовых ресурсов торгового предприятия. При увеличении численности торгово-оперативного персонала за рассматриваемый период с 47 до 50 чел., увеличилась производительность его труда на 8,15 % в 2015 г. и на 3,05 % в 2016 г. С ростом производительности труда руководство предприятия смогло повысить заработную плату работникам.

Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия, представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Показатели, характеризующие финансовое состояние  
ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1 Активы, всего, в том числе:	6 952	7 312	17 250	360	9 938	5,18	135,91
1.1 внеоборотные	111	2	6 051	–109	6 049	–98,20	302450,0
1.2 оборотные, из них:	6 841	7 310	11 199	469	3 889	6,86	53,20
1.2.1 запасы	6 430	6 644	7 129	214	485	3,33	7,30



## Окончание таблицы 2.2

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1.2.2 дебиторская задолженность	140	283	4 036	143	3 753	102,14	1326,15
1.2.3 денежные средства и денежные эквиваленты	271	383	34	112	-349	41,33	-91,12
2 Пассивы предприятия, всего, в том числе:	6 952	7 312	17 250	360	9 938	5,18	135,91
2.1 собственный капитал	1 175	2 900	3 317	1 725	417	146,81	14,38
2.2 краткосрочные обязательства	5 777	4 412	13 933	-1367	9 521	-23,66	215,80
3 Собственные оборотные средства (с.2.1 – с.1.1)	1 064	2 898	-2 734	1 834	-5 632	172,37	-194,34
4 Коэффициент текущей ликвидности (норматив 2,0; min 1,0) (с.2.1 / с.2.2)	1,184	1,657	0,804	0,473	-0,853	39,95	-51,48
5 Коэффициент быстрой ликвидности (норматив 0,7-0,8) ((с.1.2.2 + с.1.2.3) / с.2.2)	0,071	0,151	0,292	0,080	0,141	112,68	93,38
6 Коэффициент абсолютной ликвидности (норматив 0,2-0,5) (с.1.2.3 / с.2.2)	0,047	0,087	0,002	0,040	-0,085	85,11	-97,70
7 Коэффициент автономии (норматив 0,5 и более) (с.2.1 / с.2)	0,169	0,397	0,192	0,228	-0,205	134,91	-51,64
8 Коэффициент финансового левериджа (норматив менее 0,5) (с.2.2 / с.2.1)	4,917	1,521	4,200	-3,396	2,679	-69,07	176,13
9 Коэффициент маневренности собственного капитала (норматив 0,5) (с.3 / с.2)	0,906	0,999	-0,824	0,093	-1,823	10,26	-182,48
10 Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами (норматив более 0,1) (с.3 / с.1.2)	0,156	0,396	-0,244	0,240	-0,640	153,85	-161,65

Показатели, представленные в таблице 2.2, позволяют сделать вывод о неустойчивости финансового состояния предприятия и его неплатежеспособности. Финансовая устойчивость существенно снизилась за период 2015–2016 гг., а коэффициент текущей ликвидности в 2016 г. составил 0,804, что ниже минимально допустимой его величины (1,0). А это значит, что предприятие не может рассчитаться по своим краткосрочным обязательствам перед кредиторами за счет своих оборотных активов, т.е. является неплатежеспособным.

Важнейший показатель, характеризующий финансовую устойчивость предприятия, – коэффициент автономии не соответствует нормативу. Так, по состоянию на 31.12.2016 удельный вес собственного капитала в совокупном объеме источников финансирования активов составлял 19,2 % при нормативе для обеспечения финансовой устойчивости 50 % и более. Соответственно коэффициент финансового левериджа чрезвычайно высок – на каждый рубль собственного капитала предприятие в 2016 г. привлекло 4,2 руб. заемного капитала, причем весь он имеет краткосрочный характер. В 2016 г. у предприятия образовался дефицит собственных оборотных средств, т.е. все оборотные активы и значительная часть внеоборотных активов были профинансированы за счет заемного капитала.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ООО «Торговая сеть СМАК» является предприятием низко рентабельным, финансово неустойчивым и неплатежеспособным.

## 2.2 Анализ формирования финансовых результатов предприятия

На первоначальном этапе анализа формирования финансовых результатов по данным отчета о финансовых результатах, представленного в приложении Б, выявим и оценим тенденции изменения показателей прибыли, используя приемы сравнения и относительных величин динамики (базисные, цепные и среднегодовые темпы роста), для чего составим аналитическую таблицу 2.3.

Таблица 2.3 – Анализ динамики финансовых результатов деятельности торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК» за период 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Период, годы	Товарооборот	Валовой доход	Прибыль от продажи товаров	Чистая прибыль	Темпы роста, %							
					Товарооборота		Валового дохода		Прибыли от продажи товаров		Чистой прибыли	
					базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной
2014	88 276	26 633	872	505	100	100	100	100	100	100	100	100
2015	97 485	29 090	523	232	110,4	110,4	109,2	109,2	60,0	60,0	45,9	45,9
2016	104 638	31 140	1 000	397	118,5	107,3	116,9	107,1	114,7	191,2	78,6	122,9

Рассчитаем среднегодовое увеличение показателей финансовых результатов деятельности торгового предприятия:

- товарооборота:

$$\bar{T}_T = \sqrt[3]{104638/88276} \cdot 100 - 100 = 8,87 \%,$$

- валового дохода:

$$\bar{T}_{ВД} = \sqrt[3]{31140/26633} \cdot 100 - 100 = 8,13 \%,$$

- прибыли от продажи товаров:

$$\bar{T}_{Пр} = \sqrt[3]{1000/872} \cdot 100 - 100 = 7,09 \%,$$

- чистой прибыли:

$$\bar{T}_{ЧП} = \sqrt[3]{397/505} \cdot 100 - 100 = -11,34 \%.$$

Проведенный анализ финансовых результатов деятельности предприятия за период 2014–2016 гг. позволяет сделать негативный вывод относительно их динамики как в части основного вида деятельности, так и конечного финансового результата. В среднем за три года на фоне роста товарооборота на 8,87 % суммы валового дохода и прибыли от продажи товаров возросли в меньшей степени (валового дохода – на 8,13 %, прибыли от продажи товаров – на 7,09 %), что характеризует сокращение финансовой отдачи от основной (торговой)

деятельности. Абсолютный размер конечного финансового результата (чистой прибыли) сократился в среднем за три последних года на 11,34 %.

При этом необходимо отметить, что динамика финансовых результатов заслуживает положительной оценки только в случае опережения различных видов прибыли в сравнении с товарооборотом. На анализируемом предприятии имеет место противоположная ситуация, которая может быть описана следующими соотношениями показателей:

$$T_T > T_{ВД} > T_{Пр} > T_{ЧП}.$$

$$8,87 \% > 8,13 \% > 7,09 \% > -11,34 \%.$$

Это позволяет сделать вывод о снижении эффективности как торговой деятельности, так и прочих видов деятельности торгового предприятия.

Абсолютная и относительная динамика товарооборота представлена на рисунке 2.1.

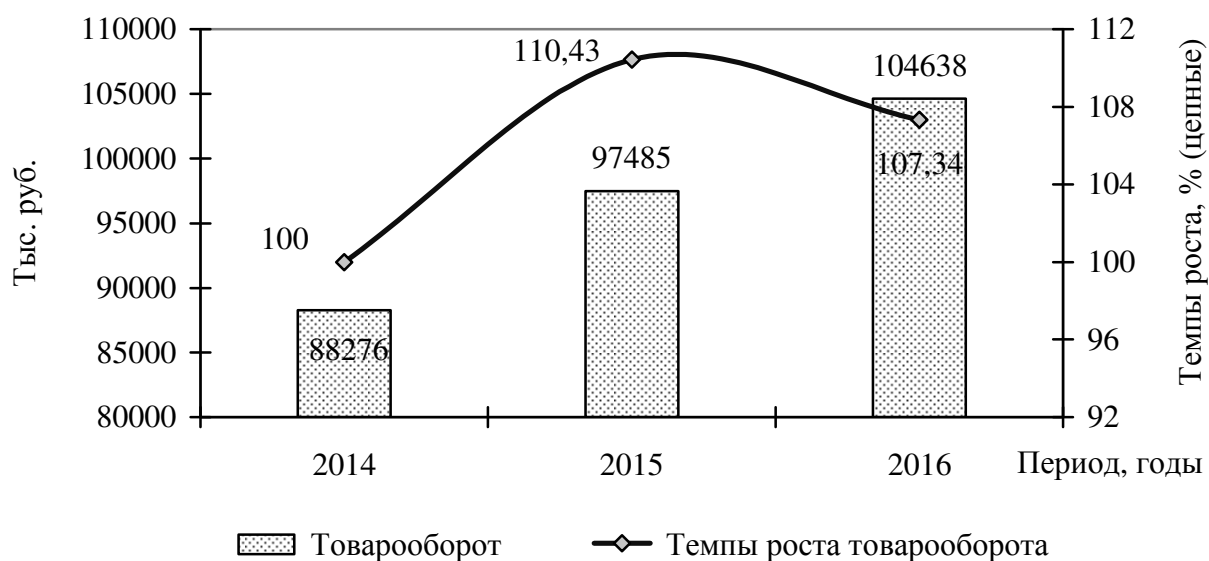


Рисунок 2.2 – Динамика товарооборота ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

Анализ динамики и уровня финансовых результатов (удельного веса отдельных статей отчета о финансовых результатах в выручке от реализации товаров) проводится в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Анализ динамики и уровня финансового результата  
деятельности ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Товарооборот	88 276	97 485	104 638	9 209	7 153	10,43	7,34
Покупная стоимость товаров:							
– сумма	61 643	68 395	73 498	6 752	5 103	10,96	7,46
– уровень, %	69,83	70,16	70,24	0,33	0,08	0,47	0,11
Валовой доход:							
– сумма	26 633	29 090	31 140	2 457	2 050	9,23	7,05
– уровень, %	30,17	29,84	29,76	–0,33	–0,08	–1,09	–0,27
Издержки обращения:							
– сумма	25 761	28 567	30 140	2 806	1 573	10,89	5,51
– уровень, %	29,18	29,30	28,80	0,12	–0,50	0,41	–1,71
Прибыль от продажи товаров:							
– сумма	872	523	1 000	–349	477	–40,02	91,20
– уровень, %	0,99	0,54	0,96	–0,45	0,42	–45,45	77,78
Проценты к уплате:							
– сумма	30	0	0	–30	0	–100,0	–
– уровень, %	0,03	0	0	–0,03	0	–100,0	–
Сальдо прочих доходов и расходов:							
– сумма	7	76	–186	69	–262	985,71	–344,74
– уровень, %	0,01	0,08	–0,18	0,07	–0,26	700,00	–325,00
Прибыль до налогообложения:							
– сумма	849	599	814	–250	215	–29,45	35,89
– уровень, %	0,96	0,61	0,78	–0,35	0,17	–36,46	27,87
Текущий налог на прибыль:							
– сумма	344	367	417	23	50	6,69	13,62
– уровень, %	0,39	0,38	0,40	–0,01	0,02	–2,56	5,26
Чистая прибыль:							
– сумма	505	232	397	–273	165	–54,06	71,12
– уровень, %	0,57	0,24	0,38	–0,33	0,14	–57,89	36,84

В соответствии с данными таблицы 2.4 2015 год для предприятия характеризовался формированием чистой прибыли в сумме 232 тыс. руб., что на 273 тыс. руб. или более чем наполовину меньше чем в 2014 г., а в 2016 г. чистая прибыль увеличилась на 165 тыс. руб. или порядка 5 %. На протяжении всего анализируемого периода достаточно существенные колебания конечного финансового результата сопровождались ростом масштабов торговой деятельности, выраженном в 2015 г. в более чем 10 %-м увеличении, а в 2016 г. – в более чем 7 %-м увеличении выручки от продажи товаров.

Значимыми причинами снижения чистой прибыли торгового предприятия за период 2014–2015 гг. следует назвать снижение прибыли от продажи товаров на 349 тыс. руб. или более чем на 40 %. Это произошло в результате повышения уровня себестоимости реализованных товаров на 0,33 процентных пункта, что повлекло за собой снижение уровня валового дохода на эту же величину. Кроме того, издержки обращения не удалось удержать на уровне прошлого (2014) года и они возросли на 0,12 процентных пункта. Положительное влияние на прибыль до налогообложения и соответственно конечный финансовый результат оказало положительное сальдо прочих доходов и расходов (76 тыс. руб.).

В 2016 г. по-прежнему продолжал снижаться уровень валового дохода (0,08 процентных пункта), который составил 29,76 %, что связано с ростом себестоимости проданных товаров, а также высокой конкуренцией и пониженным покупательским спросом, что ограничивало торговое предприятие повышать уровень торговых надбавок. Экономически оправданным в этот период следует признать снижение уровня издержек обращения на 0,50 процентных пункта, что положительно повлияло на уровень прибыли от продажи товаров (рентабельность продаж), которая возросла на 0,42 процентных пункта и составила 0,96 %. Сумма прибыли до налогообложения в этот период (814 тысяч рублей) меньше суммы прибыли от продажи товаров (1000 тыс. руб.). Образование данной негативной ситуации было предопределено ростом суммы расходов от прочей деятельности.

Динамика финансовых результатов деятельности торгового предприятия представлена на рисунке 2.3.

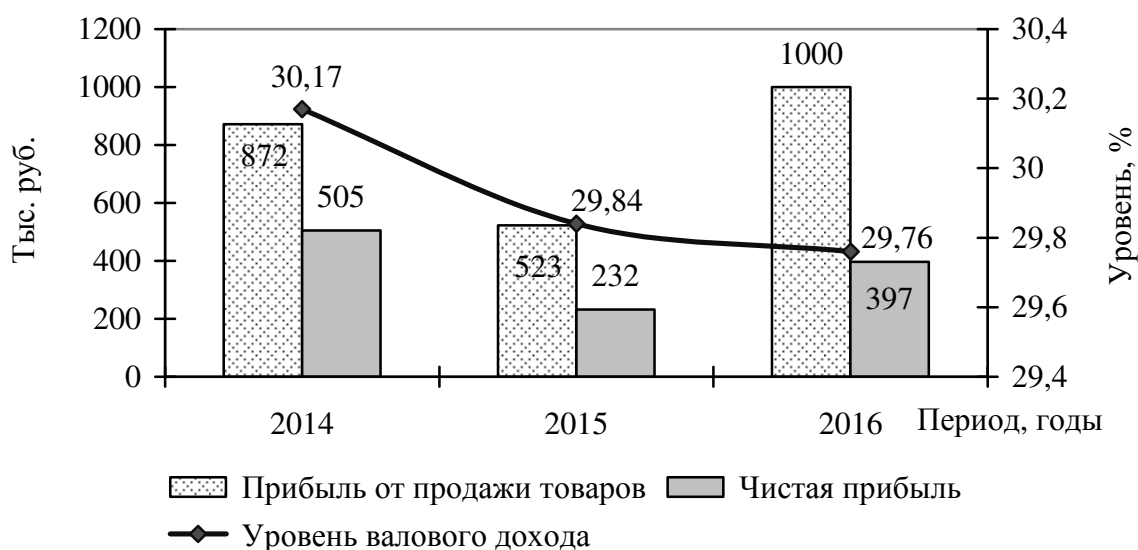


Рисунок 2.3 – Динамика прибыли и уровня валового дохода ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

Изучение структуры валового дохода необходимо осуществлять в увязке с результатами оценки динамики и структуры товарооборота в ассортиментном разрезе, что будет полезным для оценки целесообразности дальнейшего продвижения на рынке определенных видов товаров. Результаты анализа динамики и структуры товарооборота в разрезе товарных групп представлены в таблице 2.5. Источником информации служат данные статистической отчетности «Сведения об обороте розничной торговли малого предприятия» (форма № 3–ТОРГ (ПМ)).

В соответствии с таблицей 2.5 товарооборот за период 2014–2015 гг. увеличился на 9209 тыс. руб. или на 10,43 %. Основной причиной его увеличения являлся рост таких товарных групп как «Рыба и морепродукты» (на 17,83 %), «Масла и жиры» (на 26,60 %), «Молочные продукты» (на 19,60 %), «Хлеб и хлебобулочные изделия» (на 29,61 %), «Алкогольная продукция» (на 16,71 %). Существенное снижение объемов продаж произошло по товарной группе «Мороженое и замороженные продукты» (на 25,38 %).

Таблица 2.5 – Анализ товарооборота ООО «Торговая сеть СМАК» в разрезе товарных групп за 2014–2016 гг.

Показатель	Период, годы						Отклонение по годам				Темп прироста по годам, %	
	2014		2015		2016		2015		2016		2015	2016
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	тыс. руб.	уд. веса, %	тыс. руб.	уд. веса, %		
Мясо и мясопродукты, включая яйцо	15 007	17,0	16 424	16,8	16 224	15,5	1 417	-0,2	-200	-1,3	9,44	-1,22
Рыба и морепродукты	7 416	8,4	8 738	9,0	9 002	8,6	1 322	0,6	264	-0,4	17,83	3,02
Масла и жиры	2 913	3,3	3 688	3,8	2 777	2,7	775	0,5	-911	-1,1	26,60	-24,7
Молочные продукты	2 648	3,0	3 167	3,2	3 315	3,2	519	0,2	148	0	19,60	4,67
Бакалея	7 415	8,4	6 923	7,1	12 623	12,1	-492	-1,3	5 700	5,0	-6,64	82,33
Кондитерские изделия	3 090	3,5	2 990	3,1	3 804	3,6	-100	-0,4	814	0,5	-3,24	27,22
Хлеб и хлебобулочные изделия	618	0,7	801	0,8	797	0,8	183	0,1	-4	0	29,61	-0,50
Фрукты и овощи	3 001	3,4	3 200	3,3	3 691	3,5	199	-0,1	491	0,2	6,63	15,35
Алкогольная продукция и табачные изделия	29 926	33,9	34 926	35,8	34 433	32,9	5 000	1,9	-493	-2,9	16,71	-1,41
Мороженое и замороженные продукты	3 266	3,7	2 437	2,5	2 926	2,8	-829	-1,2	489	0,3	-25,38	20,07
Прочие товары	12 976	14,7	14 191	14,6	15 046	14,3	1215	-0,1	855	-0,3	9,36	6,02
Итого	88 276	100	97 485	100	104 638	100	9 209	0	7153	0	10,43	7,34

За период 2015–2016 гг. прирост товарооборота составил 7153 тысячи рублей или 7,34 %. Наиболее значительный прирост объемов продаж в этот период



произошел по товарной группе «Бакалея» (на 82,33 %), «Кондитерским изделиям» (на 27,22 %), «Фруктам и овощам» (на 15,35 %), а также «Мороженому и замороженным продуктам» (на 20,07 %). Таким образом, в товарообороте по отдельным товарным группам не прослеживается четкой повышательной или понижающей динамики. Основными факторами, влияющими на изменение товарооборота по категориям товаров, является спрос на продукты питания со стороны покупателей, а также управленческие решения руководства и специалистов торгового предприятия относительно формирования ассортиментной структуры товарооборота.

Основу розничных продаж составляет товарная группа «Алкогольная продукция» (32,9 % от общего объема продаж в 2016 г.), а также мясо и мясопродукты (15,5 % в 2016 г.). При этом наблюдается тенденция вытеснения алкогольной продукции и увеличения удельного веса бакалейных товаров (сахара, чая, кофе, макарон, крупы и т.п.).

Анализ формирования валового дохода торгового предприятия по товарным группам проводится в таблице 2.6.

Анализ валового дохода в разрезе товарных групп по данным таблицы 2.6 показал, что наибольший вклад в абсолютный прирост валового дохода, который за период 2014–2015 гг. увеличился на 2457 тыс. руб. или на 9,23 %, внесло его увеличение по таким товарным позициям ассортимента, как «Мясо и мясопродукты» (на 473 тыс. руб.), «Рыба и морепродукты» (на 376 тыс. руб.), «Алкогольная продукция и табачные изделия» (на 1322 тыс. руб.).

За период 2015–2016 гг. валовой доход увеличился на 2050 тыс. руб. или на 7,05%. Прирост валового дохода был обеспечен, главным образом, за счет таких товарных групп, как «Бакалея» (на 1528 тыс. руб.), «Кондитерские изделия» (на 242 тыс. руб.), «Фрукты и овощи» (на 169 тыс. руб.) и «Мороженое и замороженные продукты» (на 141 тыс. руб.). Данная динамика, как видно по результатам расчетов, систематизированным в таблице 2.5, полностью соответствовала увеличению выручки от продажи указанных товарных групп.

Таблица 2.6 – Анализ формирования валового дохода ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг. по товарным группам

В тысячах рублей

Товарная группа	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %		Уровень валового дохода в % к товарообороту			Отклонение по уровню по годам	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2014	2015	2016	2015	2016
Валовой доход, всего, в том числе по товарным группам:	26 630	29 090	31 140	2 457	2 050	9,23	7,05	30,17	29,84	29,76	-0,33	-0,08
– мясо и мясопродукты, включая яйцо	4 702	5 175	5 130	473	-45	10,06	-0,87	31,33	31,51	31,62	0,29	0,11
– рыба и морепродукты	2 159	2 535	2 529	376	-6	17,42	-0,24	29,11	29,01	28,09	-0,10	-0,92
– масла и жиры	557	730	512	173	-218	31,06	-29,86	19,12	19,80	18,44	0,68	-1,36
– молочные продукты	826	998	1027	172	29	20,82	2,91	31,20	31,50	30,97	0,30	-0,53
– бакалея	2 005	1 875	3 403	-130	1 528	-6,48	81,49	27,04	27,09	26,96	0,05	-0,13
– кондитерские изделия	872	857	1099	-15	242	-1,72	28,24	28,22	28,67	28,90	0,45	0,23
– хлеб и хлебобулочные изделия	103	129	132	26	3	25,24	2,33	16,67	16,12	16,54	-0,55	0,42
– фрукты, овощи	844	902	1 071	58	169	6,87	18,74	28,14	28,19	29,02	0,05	0,83
– алкогольная продукция и табачные изделия	11 326	12 658	12 718	1 322	60	11,76	0,47	37,85	36,24	36,90	-1,61	0,66
– мороженое и замороженные продукты	886	665	805	-221	141	-24,94	21,20	27,14	27,29	27,50	0,15	0,21
– прочие товары	2 350	2 566	2 714	216	148	9,19	5,77	18,11	18,08	18,04	-0,03	-0,04

Наибольший вклад в формирование уровня валового дохода внести такие товарные группы, как «Мясо и мясопродукты», «Молочные продукты»,

«Алкогольная продукция и табачные изделия»: уровень валового дохода данных товарных групп в 2016 г. составил соответственно 31,62 %, 30,97 % и 36,90 %.

Следует отметить, что уровень торговых надбавок на протяжении 2014–2016 годов остается достаточно стабильным. Отклонения в уровне торговых надбавок обусловлены увеличением физической массы ряда товаров, а также снижением уровня торговой надбавки для увеличения объема товарооборота для привлечения покупателей.

Сопоставив удельный вес отдельных товарных групп в сумме валового дохода (по данным таблицы 2.6) и в товарообороте (по данным таблицы 2.5), можно предположить целесообразность, с экономической точки зрения, расширения ассортимента и объема реализации по какой-либо товарной группе или, наоборот, сокращения закупок и продаж. Сравнительный анализ структуры товарооборота и валового дохода представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Сравнительный анализ структуры товарооборота и валового дохода ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

Товарная группа	Удельный вес в сумме по годам, %						Разница между удельным весом товарных групп в валовом доходе и товарообороте по годам, %		
	Валового дохода			Товарооборота					
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Мясо и мясопродукты, включая яйцо	17,7	17,8	16,5	17,0	16,8	15,5	0,7	1,0	1,0
Рыба и морепродукты	8,1	8,7	8,1	8,4	9,0	8,6	-0,3	-0,3	0,5
Масла и жиры	2,1	2,5	1,6	3,3	3,8	2,7	1,2	-1,3	-1
Молочные продукты	3,1	3,4	3,4	3,0	3,2	3,2	0,1	0,2	0,2
Бакалея	7,5	6,4	10,9	8,4	7,1	12,1	-0,9	-0,7	-1,2
Кондитерские изделия	3,3	2,9	3,5	3,5	3,1	3,6	-0,2	0,2	-0,1
Хлеб и хлебобулочные изделия	0,4	0,4	0,4	0,7	0,8	0,8	-0,3	-0,4	-0,4

## Окончание таблицы 2.7

Товарная группа	Удельный вес в сумме по годам, %						Разница между удельным весом товарных групп в валовом доходе и товарообороте по годам, %		
	Валового дохода			Товарооборот					
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Фрукты и овощи	3,2	3,2	3,4	3,4	3,3	3,5	-0,2	-0,1	-0,1
Алкогольная продукция и табачные изделия	42,5	43,5	40,8	33,9	35,8	32,9	8,6	7,7	7,9
Мороженое и замороженные продукты	3,3	2,4	2,7	3,7	2,5	2,8	-0,4	-0,1	-0,1
Прочие товары	8,8	8,8	8,7	14,7	14,6	14,3	-5,9	-5,8	-5,6
Итого	100	100	100	100	100	100	0	0	0

Сравнительный анализ структуры валового дохода и товарооборота показал, что в процессе управления формирование финансовых результатов следует обратить внимание на такие товарные группы, как «Масла и жиры», «Бакалея», «Алкогольная продукция и табачные изделия», «Прочие товары», которые имеют значительные отклонения удельного веса в валовом доходе и товарообороте. В частности, «Бакалея», занимая в 2016 г. 12,1 % в структуре товарооборота, обеспечивала только 10,9 % в общей сумме валового дохода. То же самое можно сказать и по «Прочим товарам», только там отклонения оказались еще более существенными. Данные тенденции стали результатом снижения спроса на эти товарные группы, несмотря на то, что руководством предприятия было принято решение уменьшить уровень торговой наценки на масла и жиры, макаронную продукцию, чай, кофе и прочие бакалейные товары, оказавшие наиболее негативное влияние на формирование суммы совокупного дохода по реализованной торговой надбавке. Негативным следствием вышеуказанных тенденций ухудшения структуры продаж торгового предприятия может явиться образование потерь в прибыли от продажи товаров.

В то же время такая товарная группа как «Алкогольная продукция и табачные изделия» занимая в товарообороте 2016 года 32,9 %, в структуре валового дохода

составила 40,8 %. Следовательно, необходимо более обоснованно подходить к установлению торговых надбавок, учитывая спрос и оборачиваемость товаров формировать товарную (ассортиментную политику).

Уровень издержек обращения является одним из важнейших качественных показателей для оценки финансового результата в торговле. Относительное сокращение затрат, обусловленное снижением их уровня, является основной предпосылкой роста прибыли и увеличения рентабельности продаж. Анализ уровня издержек обращения по статьям издержек представлен в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Анализ уровня издержек обращения по статьям затрат  
ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

Статьи издержек обращения	Период, годы						Отклонение по уровню по годам	
	2014		2015		2016			
	Тыс. руб.	Уровень, %	Тыс. руб.	Уровень, %	Тыс. руб.	Уровень, %	2015	2016
Транспортные расходы	2 728	3,09	3451	3,54	3144	3,00	0,45	-0,54
Расходы на оплату труда с отчислениями на социальные нужды	15 523	17,58	16 349	16,77	17 719	16,93	-0,81	0,16
Аренда и содержание зданий, помещений, оборудования и инвентаря и др.	2 039	2,31	2 271	2,33	2 156	2,06	0,02	-0,27
Расходы на ремонт основных средств	1 015	1,15	1 111	1,14	1 298	1,24	-0,01	0,10
Хранение, подработка, подсортировка, упаковка товаров	1 898	2,15	2 115	2,17	2 260	2,16	0,02	-0,01
Расходы на рекламу	971	1,10	1 092	1,12	732	0,70	0,02	-0,42
Потери товаров и технологические отходы	1 386	1,57	1 940	1,99	2 549	2,44	0,42	0,45
Прочие расходы	201	0,23	238	0,24	282	0,27	0,01	0,03
Итого	25 761	29,18	28 567	29,30	30 140	28,80	0,12	-0,50
Товарооборот	88 276	–	97 485	–	104 638	–	–	–

В соответствии с данными таблицы 2.8 уровень издержек обращения за период 2014–2015 гг. увеличился на 0,12 процентных пункта и составил 29,30 %, за период 2015–2016 гг. произошло снижение уровня издержек обращения на 0,50 процентных пункта, а их уровень в 2016 г. составил 28,80 %. Динамика уровня издержек обращения представлена на рисунке 2.4.

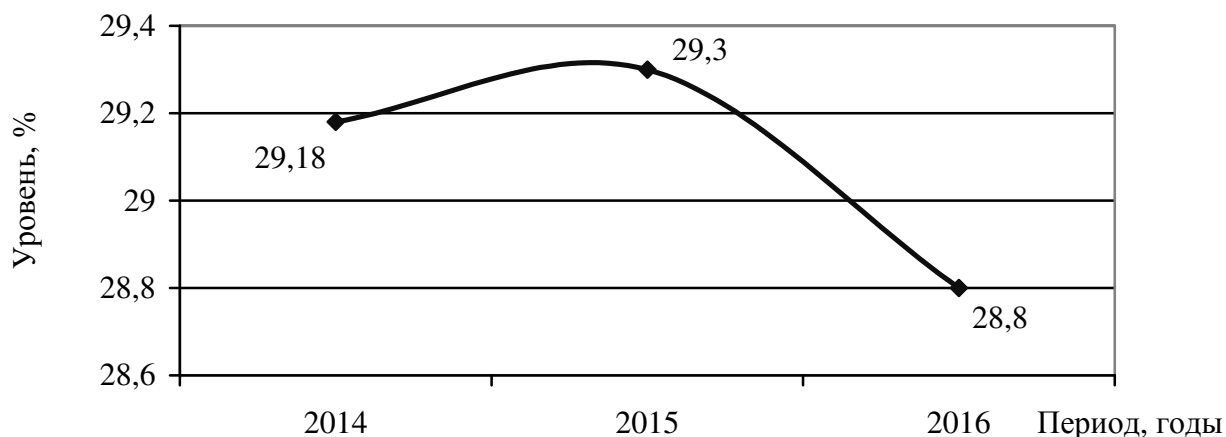


Рисунок 2.4 – Динамика уровня издержек обращения ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

Определим сумму перерасхода (экономии) издержек обращения в связи с увеличением (снижением) их уровня:

– за период 2014–2015 годы:

$$\pm \mathcal{E}_{\text{ио}} = 97485 \cdot 0,12 / 100 = 117 \text{ тыс. руб. (перерасход).}$$

– за период 2015-2016 годы:

$$\pm \mathcal{E}_{\text{ио}} = 104638 \cdot (-0,50) / 100 = -523 \text{ тыс. руб. (экономия).}$$

В результате повышения уровня издержек обращения за период 2014–2015 годы произошел относительный перерасход издержек обращения в сумме 117 тысяч рублей. Снижение уровня издержек обращения за период 2015–2016 годы способствовало их относительной экономии в сумме 523 тыс. руб.

В соответствии с данными таблицы 2.8 практически по всем статьям издержек обращения нет четкой тенденции роста или снижения их уровня. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. снижение их уровня происходило по таким статьям, как «Расходы на оплату труда с отчислениями на социальные нужды» (–0,81

процентных пункта) и «Расходы на ремонт основных средств» (на 0,01 пункта). В 2016 г. по сравнению с 2015 г. снизились «Транспортные расходы» (на 0,54 пункта) «Расходы на аренду и содержание зданий, оборудования и т.п.» (на 0,27 процентных пункта), «Расходы на хранение, подработку, подсортировку, упаковку товаров» (на 0,01 пункта), «Расходы на рекламу» (на 0,42 пункта).

Вместе с тем наблюдается устойчивый рост уровня потерь товаров и технологических отходов с 1,57 % в 2014 г. до 2,44 % в 2016 г., что позволяет дать отрицательную оценку, так как их необоснованный рост приводит к образованию потерь прибыли от продажи товаров. Именно эта статья является ведущим звеном в поиске резервов сокращения издержек обращения.

Экономически обоснованная оценка эффективности системы управления формированием финансовых результатов предприятия может быть дана на основе показателей рентабельности. Анализ показателей рентабельности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия проводится в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Анализ динамики рентабельности продаж, доходов и расходов  
ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1 Товарооборот	88 276	97 485	104 638	9 209	7 153	10,43	7,34
2 Доходы от прочей деятельности	128	251	5	123	–246	96,09	–98,01
3 Совокупные доходы (с.1 + с.2)	88 404	97 736	104 643	9 332	6 907	10,56	7,07
4 Покупная стоимость товаров	61 643	68 395	73 498	6 752	5 103	10,96	7,46
5 Издержки обращения	25 761	28 567	30 140	2 806	1 573	10,89	5,51
6 Расходы, связанные с реализацией товаров (с.4 + с.5)	87 404	96 962	103 638	9 558	6 676	10,94	6,89

## Окончание таблицы 2.9

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
7 Расходы от прочей деятельности (включая налог на прибыль)	495	542	608	47	66	9,49	12,18
8 Совокупные расходы (с.7 + с.6)	87 899	97 504	104 246	9 605	6 742	10,93	6,91
9 Прибыль от продажи товаров (с.1 – с.4 – с.5)	872	523	1 000	–349	477	–40,02	91,20
10 Прибыль до налогообложения	849	599	814	–250	215	–29,45	35,89
11 Чистая прибыль (с.3 – с.8)	505	232	397	–273	165	–54,06	71,12
12 Рентабельность продаж по прибыли, %:							
12.1 от продаж (с.9 / с.1 · 100)	0,99	0,54	0,96	–0,45	0,42	–45,45	77,78
12.2 до налогообложения (с.10 / с.1 × 100)	0,96	0,61	0,78	–0,35	0,17	–36,46	27,87
12.3 чистой (с.11 / с.1 · 100)	0,57	0,24	0,38	–0,33	0,14	–57,89	58,33
13 Рентабельность совокупных доходов по прибыли до налогообложения, % (с.10 / с.3 × 100)	0,96	0,61	0,78	–0,35	0,17	–36,46	27,87
14 Рентабельность совокупных расходов по чистой прибыли, % (с.11 / с.8 × 100)	0,57	0,24	0,38	–0,33	0,14	–57,89	58,33
15 Рентабельность издержек обращения, % (с.9 / с.5 × 100)	3,40	1,83	3,32	–1,57	1,49	–46,18	81,42
16 Рентабельность расходов по обычным видам деятельности, % (с.9 / с.6 × 100)	1,00	0,54	0,96	–0,46	0,42	–46,00	77,78

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о снижении эффективности деятельности торгового предприятия за период 2014–2015 годы,



что показывает сокращение всех показателей рентабельности, как от основной (торговой) деятельности, так и от всей деятельности в целом. Тем не менее, в 2016 г. по сравнению с 2015 г. руководство предприятия за счет более умелого управления доходами и расходами обеспечило увеличение всех показателей прибыли, что оказало положительное влияние на показателях рентабельности и проявилось в росте значений этих показателей.

Таким образом, за 2014–2015 гг. финансовые результаты деятельности торгового предприятия снижались. В это период как основная, так и прочие виды деятельности были неэффективными – увеличивалась себестоимость проданных товаров, снижался уровень валового дохода, увеличивался уровень издержек обращения, образовалось отрицательное сальдо прочих доходов и расходов. Определенные усилия руководства в 2016 г. позволили улучшить финансовые результаты как от основной деятельности, так и конечный финансовый результат, что стало возможным за счет снижения уровня издержек обращения, несмотря на то, что уровень валового дохода продолжал снижаться.

### 2.3 Анализ влияния факторов на финансовые результаты деятельности предприятия

Эффективное управление предприятием проявляется в способности руководства зарабатывать прибыль от основной деятельности. В связи с этим актуальным является тщательное исследование прибыли от продаж во всех аспектах. На торговом предприятии прибыль от продажи товаров зависит от объема и структуры товарооборота, уровней валового дохода и издержек обращения.

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи товаров исследуемого предприятия представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи товаров и валового дохода ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам	
	2014	2015	2016	2015	2016
1 Товарооборот (Т)	88 276	97 485	104 638	9 209	7 153
2 Валовой доход (ВД)	26 633	29 090	31 140	2 457	2 050
3 Уровень рентабельности продаж, % ( $Y_{ВД}$ )	0,9878	0,5365	0,9557	-0,4513	0,4192
4 Издержки обращения (ИО)	25 761	28 567	30 140	2 806	1573
5 Уровень издержек обращения, % ( $Y_{ИО}$ )	29,1823	29,3040	28,8041	0,1217	-0,4999
6 Прибыль от продажи товаров (Пр)	872	523	1 000	-349	477
7 Рентабельность продаж, % ( $R_{П}$ )	0,9878	0,5365	0,9557	-0,4513	0,4192
8 Торговая площадь, м <sup>2</sup> (S)	440	482	490	42	8
9 Средняя нагрузка на 1м <sup>2</sup> торговой площади (Н) (с.1 / с.8)	200,63	202,25	213,55	1,62	11,30
10 Товарные запасы (ТЗ)	6 430	6 644	7 129	214	485
11 Скорость оборота товарных запасов, обороты (С) (с.1 / с.10)	13,7288	14,6726	14,6778	0,9438	0,0052

Рассчитаем влияние факторов на прибыль от продаж торгового предприятия:

1) Влияние изменения объема товарооборота:

– за период 2014–2015 годы:

$$\Delta \text{Пр}_{(Т)} = (T_1 - T_0) \cdot R_{П0} : 100 = 9209 \cdot 0,9878 : 100 = 91 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015–2016 годы:

$$\Delta \text{Пр}_{(Т)} = 7153 \cdot 0,5365 : 100 = 38 \text{ тыс. руб.}$$

2) Влияние изменения уровня валового дохода:

– за период 2014–2015 годы:

$$\Delta \text{Пр}_{(Y_{ВД})} = (Y_{ВД1} - Y_{ВД0}) \cdot T_1 : 100 = -0,3296 \cdot 97485 : 100 = -321 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015–2016 годы:

$$\Delta \text{Пр}_{(Y_{ВД})} = -0,0808 \cdot 104638 : 100 = -85 \text{ тыс. руб.}$$

3) Влияние изменения уровня издержек обращения:

– за период 2014–2015 годы:

$$\Delta \text{Пр}_{(y_{\text{ио}})} = (Y_{\text{ио1}} - Y_{\text{ио0}}) \cdot T_1 : 100 = 0,1217 \cdot 97485 : 100 = -119 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015-2016 годы:

$$\Delta \text{Пр}_{(y_{\text{ио}})} = 0,4999 \cdot 104638 : 100 = 524 \text{ тыс. руб.}$$

Результаты факторного анализа прибыли от продаж обобщены в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Результаты факторного анализа прибыли от продажи товаров  
ООО «Торговая сеть СМАК» за 2015–2016 гг.

Фактор	В тысячах рублей			
	Влияние факторов по годам		Удельный вес факторов по годам, %	
	2015	2016	2015	2016
Изменение прибыли от продажи товаров, всего, в том числе за счет изменения:				
– объема товарооборота	91	38	26,07	7,97
– уровня валового дохода	–321	–85	–91,98	–17,82
– уровня издержек обращения	–119	524	–34,09	109,85

Согласно результатам факторного анализа, в 2015 г. снижение прибыли от продажи товаров предопределено сокращением уровня валового дохода и увеличением уровня издержек обращения – упущенные резервы роста прибыли от продаж за счет этих факторов составили 440 тыс. руб. (321 + 119). При этом 7,97 % прироста прибыли от продажи товаров или 91 тыс. руб. обеспечено увеличением объемов товарооборота. В результате влияния всех рассмотренных факторов показатель прибыли от основной деятельности торгового предприятия в 2015 г. по сравнению с 2014 г. снизился на 349 тыс. руб.

В 2016 г. отрицательное влияние на прибыль от продаж оказало снижение уровня валового дохода, которое началось еще в 2015 г., за счет чего недополучено прибыли на сумму 85 тыс. руб., что в структуре влияния факторов составило (–17,82 %). В целом в этот период прирост прибыли от продажи товаров составил 477 тыс. руб., причем в доминирующей своей части (109,8 %) он был обусловлена положительным влиянием снижения уровня издержек

обращения. Увеличение объемов товарооборота также положительно повлияло на прибыль от продаж, увеличив показатель на 38 тыс. руб.

Далее целесообразно оценить структуру совокупного влияния факторов на изменение суммы конечного финансового результата деятельности торгового предприятия, для чего сформирована таблица 2.12.

Таблица 2.12 – Структура влияния факторов на изменение чистой прибыли  
ООО «Торговая сеть СМАК» за 2015–2016 гг.

Фактор	Влияние факторов по годам							
	Положительное				Отрицательное			
	2015		2016		2015		2016	
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %
Изменение объемов товарооборота	91	42,52	38	6,76	–	–	–	–
Изменение уровня валового дохода	–	–	–	–	321	65,91	85	21,41
Изменение уровня издержек обращения	–	–	524	93,24	119	24,44	–	–
Изменение доходов от прочей деятельности	123	57,48	–	–	–	–	246	61,96
Изменение расходов от прочей деятельности (включая проценты к уплате)	–	–	–	–	24	4,93	16	4,03
Изменение текущего налога на прибыль	–	–	–	–	23	4,72	50	12,60
Итого влияние на чистую прибыль	214	100	562	100	487	100	397	100

Результаты структурного анализа динамики чистой прибыли торгового предприятия, представленные в таблице 2.12, показали, что в целом совокупная сумма упущенных возможностей ее роста в 2015 г. составила 487 тыс. руб., а в 2016 г. – 397 тыс. руб. В 2015 г. в доминирующей своей части (65,91 %) снижение чистой прибыли было обусловлено негативным влиянием снижения уровня

валового дохода, а в 2016 г. – снижением доходов от прочих видов деятельности (61,96 %).

Общая сумма валового дохода находится в пропорциональной зависимости от изменения объема товарооборота и уровня реализованных торговых надбавок. С ростом объемов выручки и среднего уровня надбавок сумма валового дохода увеличивается, и наоборот. Их влияние можно измерить способом абсолютных разниц.

Рассчитаем влияние факторов на валовой доход предприятия. Исходные данные для расчетов представлены в таблице 2.10.

1) Влияние изменения объема выручки от продажи товаров:

– за период 2014–2015 годы:

$$\Delta ВД_{(Т)} = (Т_1 - Т_0) \cdot У_{ВД0} : 100 = 9209 \cdot 30,1701 : 100 = 2778 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015–2016 годы:

$$\Delta ВД_{(Т)} = 7153 \cdot 29,8405 : 100 = 2135 \text{ тыс. руб.}$$

2) Влияние среднего уровня реализованных торговых надбавок:

– за период 2014–2015 годы:

$$\Delta ВД_{(УВД)} = Т_1 \cdot (У_{ВД1} - У_{ВД0}) : 100 = 97485 \cdot (-0,3296) : 100 = -321 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015–2016 годы:

$$\Delta ВД_{(УВД)} = 104638 \cdot (-0,0808) : 100 = -85 \text{ тыс. руб.}$$

Результаты факторного анализа валового дохода обобщены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Результаты факторного анализа валового дохода ООО «Торговая сеть СМАК» ха 2015–2016 гг.

Фактор	В тысячах рублей			
	Влияние факторов по годам		Удельный вес факторов по годам, %	
	2015	2016	2015	2016
Изменение валового дохода, всего, в том числе за счет изменения:				
– объема товарооборота	2 457	2 050	100	100
– уровня валового дохода	2 778	2 135	113,06	104,15
	-321	-85	-13,06	-4,15

Росту валового дохода на 2457 тыс. руб. в 2015 г. и на 2050 тыс. руб. в 2016 году способствовало увеличение товарооборота, которое обусловило прирост изучаемого показателя на 2778 тыс. руб. в 2015 г. и на 2135 тыс. руб. в 2016 г. Вместе с тем данное увеличение было сдержано сокращением среднего уровня валового дохода на 13,06 % в 2015 г. и на 4,15 % в 2016 г., в результате чего недополучено 321 тыс. руб. и 85 тыс. руб. реализованной торговой наценки.

Для расчета влияния факторов второго порядка на валовой доход торгового предприятия воспользуемся данными таблицы 2.10.

1) Влияние изменения скорости оборота товарных запасов:

– за период 2014–2015 годы:

$$\Delta ВД_{(С)} = (С_1 - С_0) \cdot ТЗ_1 \cdot У_{ВД0} = 0,9438 \cdot 6644 \cdot 30,1701 : 100 = 1892 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015-2016 годы:

$$\Delta ВД_{(С)} = 0,0052 \cdot 7129 \cdot 29,8405 : 100 = 11 \text{ тыс. руб.}$$

2) Влияние средней нагрузки на 1 м<sup>2</sup> торговой площади:

– за период 2014-2015 годы:

$$\Delta ВД_{(Н)} = (Н_1 - Н_0) \cdot S_1 \cdot У_{ВД0} = 1,6237 \cdot 482 \cdot 30,1701 : 100 = 236 \text{ тыс. руб.}$$

– за период 2015–2016 годы:

$$\Delta ВД_{(Н)} = 11,2959 \cdot 490 \cdot 29,8405 : 100 = 1652 \text{ тыс. руб.}$$

Результаты факторного анализа валового дохода обобщены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Оценка влияния факторов второго порядка на валовой доход ООО «Торговая сеть СМАК» за 2015–2016 гг.

Фактор	В тысячах рублей			
	Влияние факторов по годам		Удельный вес факторов по годам, %	
	2015	2016	2015	2016
Изменение валового дохода, всего, в том числе за счет:	2 457	2 050	100	100
– ускорения товарооборачиваемости	1 892	11	77,00	0,54
– увеличения средней нагрузки на 1 м <sup>2</sup> торговой площади	236	1 652	9,60	80,58
– снижение прочего документального выбытия товаров	329	387	13,40	18,88

Согласно данным таблицы 2.14 использование товарных ресурсов и одного из элементов материально-технической базы предприятия – торговой площади – в 2015 и 2016 гг. носило преимущественно интенсивный характер, что обеспечило ускорение товарооборачиваемости и увеличение средней нагрузки на 1м<sup>2</sup> торговой площади. Вследствие этого был обеспечен прирост объемов выручки от продажи товаров и соответственно валового дохода. Также положительно на сумму валового дохода повлияло сокращение прочего выбытия товаров (порчи, потери, краж).

Значительное влияние на валовой доход торгового предприятия и его уровень оказывает изменение структуры выручки от продажи товаров. Увеличение в структуре выручки от продажи товаров удельного веса товаров с более высокими размерами торговых надбавок ведет к повышению среднего уровня валового дохода, и наоборот.

Анализ влияния структуры товарооборота на уровень валового дохода торгового предприятия проводится в таблице 2.15 с помощью способа абсолютных разниц с использованием процентных чисел, сущность которого описана в п.1.2 работы.

Исходя из данных, полученных в таблице 2.15, можно сделать вывод о том, что в 2015 г. изменения, происходящие в структуре товарооборота, вызвали увеличение уровня валового дохода предприятия (на 0,138 %). Это произошло за счет увеличения удельного веса в объеме товарооборота товарных групп с самым высоким уровнем валового дохода. Соответственно увеличился удельный вес в структуре товарооборота товарных групп с меньшим уровнем валового дохода. В результате изменений, происходящих в структуре товарооборота, получено дополнительно суммы валового дохода на 135 тыс. руб.  $(97485 \cdot 0,138) : 100$ ).

В 2016 г. уровень валовой прибыли от реализации товаров в среднем снизился на 0,218 % в результате произошедших структурных сдвигов негативного характера в товарообороте, по причине чего сумма валовой прибыли уменьшилась на 228 тыс. руб.  $(104638 \cdot (-0,218) : 100)$ .

Таблица 2.15 – Анализ влияния структуры товарооборота на уровень валового дохода «Торговая сеть СМАК» за 2014-2016 гг.

Товарная группа	Товарооборот по годам, тыс. руб.						Отклонение удельного веса по годам		Уровень валового дохода по годам, %		Процентные числа по годам		Изменение уровня валового дохода за счет изменения структуры товарооборота по годам, %	
	2014		2015		2016		2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12= =8×10	13= =9×1 1	14 = Σ12 / 100	15 = Σ13 / 100
Мясо и мясопродукты, включая яйцо	15 007	17,0	16 424	16,8	16 224	15,5	-0,2	-1,3	31,51	31,62	-6,30	-41,11	-	-
Рыба и морепродукты	7 416	8,4	8 738	9,0	9 002	8,6	0,6	-0,4	29,01	28,09	17,41	-11,24	-	-
Масла и жиры	2 913	3,3	3 688	3,8	2 777	2,7	0,5	-1,1	19,80	18,44	9,90	-20,28	-	-
Молочные продукты	2 648	3,0	3 167	3,2	3 315	3,2	0,2	0	31,50	30,97	6,30	0	-	-
Бакалея	7 415	8,4	6 923	7,1	12 623	12,1	-1,3	5,0	27,09	26,96	-35,22	134,8	-	-
Кондитерские изделия	3 090	3,5	2 990	3,1	3 804	3,6	-0,4	0,5	28,67	28,90	-11,47	14,45	-	-
Хлеб и хлебобулочные изделия	618	0,7	801	0,8	797	0,8	0,1	0	16,12	16,54	1,61	0	-	-
Фрукты и овощи	3 001	3,4	3 200	3,3	3 691	3,5	-0,1	0,2	28,19	29,02	-2,82	5,80	-	-
Алкогольная продукция и табачные изделия	29 926	33,9	34 926	35,8	34 433	32,9	1,9	-2,9	36,24	36,90	68,86	-107,01	-	-
Мороженое и замороженные продукты	3 266	3,7	2 437	2,5	2 926	2,8	-1,2	0,3	27,29	27,50	-32,75	8,25	-	-
Прочие товары	12 976	14,7	14 191	14,6	15 046	14,3	-0,1	-0,3	18,08	18,04	-1,81	-5,41	-	-
Итого	88 276	100	97 485	100	104 638	100	0	0	29,84	29,76	13,71	-21,75	0,138	-0,218



В 2016 г. произошло ухудшение структуры формирования товарооборота с точки зрения уровня доходности реализуемых товарных групп. Проявлением этого явилось снижение удельного веса продажи товаров по таким товарным группам, как: «Мясо и мясопродукты», «Алкогольная продукция и табачные изделия» и других, по которым в предыдущем 2015 г. был достигнут достаточно высокий уровень реализованной торговой наценки. В целом попытки руководства предприятия снизить уровень торговых надбавок принесли определенные положительные результаты, что выразилось в увеличении выручки от продажи товаров за счет роста физического объема продаж.

В дальнейшем руководству ООО «Торговая сеть СМАК» следует продолжать выбранную политику по формированию продажных цен и одновременно изыскивать возможности по предотвращению сокращения уровня валовой прибыли за счет привлечения большего числа покупателей при одновременной оптимизации состояния товарных запасов, что создает потенциальную возможность роста финансового результата от основной деятельности.

Таким образом, обобщая результаты аналитического исследования, следует дать негативную оценку деятельности предприятия за 2014–2015 гг., т.к. рост товарооборота сопровождается снижением чистой прибыли. За период 2015–2016 годы эффективность формирования финансовых результатов несколько повысилась, благодаря грамотному управлению издержками обращения. Наибольшее негативное влияние на финансовые результаты оказывает снижение уровня валового дохода.

#### Выводы по разделу два

В данном разделе выпускной квалификационной работы проведен анализ формирования финансового результата торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг., который позволил сделать следующие выводы. Прибыль от продаж в 2015 г. по сравнению с 2014 г. снизилась более чем на 40 % по причине снижения уровня валового дохода и повышения уровня издержек

обращения. Введение режима экономии издержек обращения в торговой сети в 2016 г. принесло снижение их уровня, что оказало положительное влияние на прибыль от продаж, которая возросла более чем на 90 %. При этом уровень валового дохода продолжал снижаться – высокая конкуренция среди розничных торговцев и снижение покупательского спроса ограничивало предприятие в установлении более высоких цен на продаваемые товары.

Изменения покупательского спроса приводили к изменениям ассортиментной структуры товарооборота. При этом основной удельный вес в структуре товарооборота торговой сети на протяжении всего периода занимали такие товарные группы, как «Мясо и мясопродукты» и «Алкогольная продукция», которые обеспечивали около 50 % всего товарооборота.

За счет более эффективного управления доходами и расходами торгового предприятия в 2016 г. удалось обеспечить увеличение показателей рентабельности торговой и прочих видов деятельности. В то же время рентабельность находится на очень низком уровне – удельный вес прибыли от продаж в товарообороте в 2016 г. составлял лишь 0,96 %.

Дальнейшие действия руководства торговой сети, направленные на повышение эффективности формирования финансовых результатов, должны быть направлены на увеличение уровня валового дохода и снижение издержек обращения.

### 3 ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ООО «ТОРГОВАЯ СЕТЬ СМАК»

#### 3.1 Разработка мероприятий по повышению эффективности формирования финансовых результатов торгового предприятия

Одной из первоочередных задач предприятия торговли является предоставление покупателю высококачественного товара. Вся деятельность предприятия должна быть нацелена на удовлетворение потребительского спроса и его прогнозирование. Потребительская ценность товара тем выше, чем он лучше отвечает по своим показателям требованиям покупателей и имеет характеристики, соответствующие спросу. Оптимизации продаж способствуют рациональная структура ассортимента, построенная на основе потребностей и спроса населения, а также эффективные методы продажи товаров.

Для увеличения продаж в продуктовом магазине практикой выработаны достаточно эффективные инструменты. Одним из таких инструментов увеличения продаж в продуктовом магазине является снижение цены (скидки с цены), особенно на популярные продукты, которые покупаются постоянно. Опыт работы торговых предприятий показывает, что даже незначительное снижение цены на такие продукты может способствовать тому, что покупатель будет предпочитать делать покупки именно в нашем магазине, а не у конкурентов. При этом кажущееся снижение поступления денег из-за снижения цен, будет компенсировано объемами продаж. То есть, по более низким ценам в количественном выражении покупать будут больше, соответственно, общая сумма товарооборота увеличится. При этом снижение цен может быть не постоянным, часто в этом нет необходимости. Иногда достаточно проводить акции по временному снижению цен, например, проводить распродажи тех или иных продуктов по сниженным ценам.

С целью увеличения объемов продаж и прибыли ООО «Торговая сеть СМАК» рекомендовано проводить акции «Ранняя покупка». Продолжительность акции

планируется ежедневно с 9 до 11 часов сроком на 3 мес. Если этот период выразить в количестве дней, то он составит 18 дней (2 часа × 90 дней / 10 часов), где 10 часов – продолжительность работы магазина в день.

На первоначальном этапе расчетов и оценки эффективности данной акции необходимо определить максимальный размер скидки, который позволит торговому предприятию поддерживать заданный уровень прибыли. Для этих целей целесообразно использовать следующую формулу (3.1) [19].

$$C_{\text{MAX}} = (1 - 1/K) / (1/H + 1/100), \quad (3.1)$$

где  $C_{\text{MAX}}$  – максимальная величина скидки, обеспечивающая поддержании заданного уровня прибыли, %;

$K$  – коэффициент роста реализации;

$H$  – средняя торговая наценка, %.

В результате запланированной акции на основе прогнозов отдела продаж планируется увеличить реализацию в 1,3 раза или на 30 %.

Расчет экономического результата от внедрения акции «Ранняя покупка» выполнен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Расчет экономического эффекта от внедрения акции «Ранняя покупка» в ООО «Торговая сеть СМАК»

В тысячах рублей	
Показатель	Значение
1 Товарооборот в 2016 г., всего, в том числе:	104 638
1.1 ежедневный (с.1 / 360)	290,66
2 Средняя торговая наценка на товары в 2016 г., %	29,76
3 Прибыль от продаж в 2016 г.	1 000
4 Рентабельность продаж в 2016 г., % (с.4 / с.1 · 100)	0,96
5 Планируемое увеличение объема продажи товаров со скидкой в рамках акции «Ранняя покупка», раз	1,3
6 Период проведения акции, дни	18
7 Максимально возможный уровень торговой скидки, обеспечивающий поддержание заданного уровня прибыли (по формуле 3.1), % $C_{\text{MAX}} = (1 - 1/1,3) / (1/29,76 + 1/100)$	5,27

Окончание таблицы 3.1

В тысячах рублей

Показатель	Значение
8 Планируемый экономический результат (эффект) от проведения акции «Ранняя покупка»:	
8.1 увеличение товарооборота (с.1.1 · с.5 · с.6)	6 801
8.2 увеличение прибыли (с.8.1 · с.4)	65
8.3 прирост прибыли, % (с.8.2 / с.3 · 100)	6,53

Расчеты, выполненные в таблице 3.1, показывают, что введение скидок в рамках акции «Ранняя покупка» обеспечит увеличение объемов товарооборота на 6801 тыс. руб. и прибыли от продаж на 65 тыс. руб. или на 6,53 %. Для достижения данного результата необходимо, чтобы максимальный объем торговой скидки не превышал 5,27 %. Если акция покажет свою эффективность в процессе ее проведения, то можно увеличить продолжительность акции или ввести ее на постоянной основе с осуществлением периодического контроля (например, 1 раз в неделю) процента торговой скидки и регулированием его в зависимости от ассортимента и спроса на товары.

Еще одним мероприятием, способствующим увеличению товарооборота и прибыли за счет ускорения товарооборачиваемости, может стать введение скидок для пенсионеров. Скидка будет действовать во всех магазинах торговой сети «СМАК» и распространяться на все товары (кроме табачных изделий, алкогольной продукции и других товаров, участвующих в промо-акциях). За счет введения данных скидок предприятие предоставит дополнительные возможности экономии для социально-незащищенных людей, что является частью главной задачи компании – обеспечить покупателей качественными продуктами питания по доступным ценам.

Проведение данной акции планируется проводить 1 день в неделю (например, по понедельникам) на протяжении полугода (т.е. примерно 25 дней). Планируемый размер скидки 10 %.

Прежде чем приступить к непосредственной оценке планируемого экономического результата от данной акции необходимо определить, какой объем продажи товаров надо обеспечить, чтобы акция не привела к убыточному варианту. Для этих целей следует воспользоваться формулой (3.2) [19].

$$T_A = H / (1 - C / H - C / 100) , \quad (3.2)$$

где  $T_A$  – необходимый прирост объемов товарооборота, полученного за время акции, и обеспечивающего заданный уровень прибыли, %;

$C$  – планируемая скидка, %;

$H$  – средняя торговая наценка, %.

Расчет экономического результата от внедрения акции «Скидки для пенсионеров» выполнен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Расчет экономического эффекта от внедрения акции «Скидки для пенсионеров» в ООО «Торговая сеть СМАК»

В тысячах рублей	
Показатель	Значение
1 Товарооборот в 2016 г., всего, в том числе:	104 638
1.1 ежедневный (с.1 / 360)	290,66
2 Средняя торговая наценка на товары в 2016 г., %	29,76
3 Планируемая скидка в рамках акции «Скидки для пенсионеров», %	10
4 Период проведения акции (еженедельно по понедельникам в течение полугода с возможным продлением акции и/или пересмотром процента скидки), дни	25
5 Необходимое увеличение товарооборота, полученного за время акции, и обеспечивающего заданный уровень прибыли, % (по формуле 3.2) $T_A = 29,76 / (1 - 10 / 29,76 - 10 / 100)$	52,76
6 Прибыль от продаж в 2016 г.	1 000
7 Рентабельность продаж в 2016 г., % (с.4 / с.1 · 100)	0,96
8 Планируемый экономический эффект от проведения акции «Скидки пенсионерам»:	
8.1 увеличение товарооборота ((с.1.1 + (с.1.1 · с.5)) · с.4)	11 100
8.2 увеличение прибыли (с.8.1 · с.7)	107
8.3 прирост прибыли, % (с.8.2 / с.6 · 100)	10,7

Расчеты, выполненные в таблице 3.2, показывают, что возможный экономический эффект от введения акции «Скидки для пенсионеров» при заданных параметрах проведения акции может составить 107 тыс. руб. в виде дополнительной прибыли от продаж, что в относительном выражении составляет 10,7 %.

За счет проведения акций «Ранняя покупка» и «Скидки для пенсионеров» планируется не только увеличить объемы продаж товаров, на которые введены скидки, но и увеличить объемы продаж товаров, на которые не введены скидки, благодаря тому, что увеличится количество посетителей магазина и они будут покупать не только товары, на которые существуют скидки, но и другие, на которые нет скидок.

Еще одним мероприятием, направленным на увеличение объемов продаж и прибыли, может стать торговля по заказам через Интернет. В настоящее время каждый человек старается сохранить комфорт своей жизни и сэкономить личное время. Покупка продуктов питания является необходимым и часто повседневным мероприятием в каждой семье. Люди, работающие допоздна и уставшие не могут позволить себе поход по магазинам. Поэтому данное мероприятие является актуальным.

Организация торговли по заказам через Интернет планируется в следующем порядке:

- доработка сайта компании (повышение технических возможностей функционала и удобств для покупателей);
- размещение каталога продуктов питания, которые имеются в наличии или могут быть доставлены в магазин в ближайшее время с указанием цены с обеспечением удобного поиска необходимых товаров;
- выбор покупателем необходимых продуктов питания с указанием времени получения (возможные предварительные заказы);
- формирование и упаковка заказов;
- получение заказа в любом из магазинов торговой сети.

Возможна подготовка стандартных заказов, таких как «Повседневный набор», «Праздничный набор», «Диетный (низкокалорийный) набор».

При расчете экономического эффекта от данного мероприятия будем исходить из следующих данных:

1) Средний чек на одного покупателя в 2016 г. (отношение товарооборота к количеству совершенных покупок) – 367 руб./чел.

2) Срок действия проекта – 6 мес. (по истечении данного срока и полученных результатов от проекта необходимо принять решение относительно его дальнейшей реализации).

3) Планируемый процент торговой наценки за формирование и упаковку товаров, заказанных через Интернет – 5 %.

4) Планируемое количество покупателей, совершивших заказ, – 8 чел. в день. Данная цифра установлена на основе исследований информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг» (РБК), в соответствии с которым продукты питания онлайн приобретают от 1 % до 6 % покупателей в зависимости от места проживания [35]. В расчетах воспользуемся минимальным значением показателя процента покупок (1 % покупателей), так как данный вид торговли в г. Златоусте пока не получил своего развития. Соответственно при объеме товарооборота в 2016 г. в сумме 104 638 тыс. руб. и сумме среднего чека на одного покупателя в 367 руб., количество покупателей, сделавших покупки в магазине в 2016 г., составило 285 тыс. человеко/покупок или 790 человеко/покупок в день. Соответственно планируемое количество покупателей, сделавших заказ, составит 8 чел. ( $790 \cdot 1\%$ ).

5) Планируемая стоимость модернизации Интернет-сайта магазина – 4 тысячи рублей (в соответствии с прайс-листом на услуги компании «Мир Сайтов»).

Расчет экономического эффекта от мероприятия представлен в таблице 3.3.

Обязанности по приемке и контролю исполнения заказов необходимо возложить на товароведа магазина, формирование и упаковку заказов – на продавцов.



Таблица 3.3 – Расчет экономического эффекта от организации торговли по заказам через Интернет в ООО «Торговая сеть СМАК»

В тысячах рублей

Показатель	Значение
Исходные данные (значения за 2016 г.):	
1 Товарооборот	104 638
2 Прибыль от продаж	1 000
3 Средняя торговая наценка, %	29,76
4 Средний чек на 1 одного покупателя, руб.	367
5 Уровень издержек обращения, %	28,80
Планируемые и расчетные показатели:	
6 Стоимость доработки Интернет-сайта магазина	4
7 Срок действия проекта, дни	180
8 Процент торговой наценки за формирование и упаковку товаров, заказанных через Интернет, %	5
9 Количество покупателей, совершивших заказ, чел./день	8
10 Объем товарооборота от реализации заказов (с.4 + (с.4 · с.8) × с.7 · с.9)	555
11 Уровень валового дохода, % (с.3 + с.8)	34,76
12 Валовой доход (с.10 · с.11)	193
13 Издержки обращения (с.10 × с.5 + с.6)	164
14 Экономический эффект от организации торговли по заказам через Интернет	
14.1 увеличение прибыли от продаж (с.12 – с.13)	29
14.2 прирост прибыли от продаж, % (с.14.1 / с.2 · 100)	2,90

В соответствии с проведенными расчетами организация торговли заказами через Интернет может принести торговому предприятию дополнительную прибыль в сумме 29 тыс. руб., т.е. ее прирост по отношению к прибыли отчетного года составляет 2,9 %.

Снижение издержек обращения является существенным резервом экономии средств и повышения прибыли на торговом предприятии и достигается за счет совершенствования организации торговли, повышения производительности труда торговых работников и расширения новых, наиболее прогрессивных форм торговли, а также снижения товарных потерь.

Как показали результаты проведенного анализа, одной из статей, оказавших отрицательное влияние на повышение уровня издержек обращения торговой сети «СМАК», является повышение их уровня по статье «Потери товаров и технологические отходы» (с 1,57 % в 2014 г. до 2,44 % в 2016 г.). Товарные потери в стоимостном выражении в 2016 г. составили 2549 тыс. руб.

Основной проблемой в магазинах является работа со скоропортящейся продукцией. Факторов влияющих на показатель товарных потерь достаточно много. Это работа по предпродажной подготовке, работа с браком, работа по контролю сроков годности и соблюдению ротации продукции на полке, контроль температурных режимов оборудования для хранения продуктов, работа с поставщиками продукции.

С целью снижения товарных потерь рекомендуется внедрить для проведения ряд организационных мероприятий, представленных в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Рекомендуемые организационные мероприятия, направленные на снижение товарных потерь в ООО «Торговая сеть СМАК»

Мероприятие	Сущность мероприятия	Сроки проведения	Ответственные за мероприятие
Введение «Часа качества»	Проверка сроков годности продуктов на полках, соблюдения ротации продуктов, проверка маркировки, внешнего вида продуктов и снятие некачественного товара	Ежедневно перед открытием или закрытием магазина	Продавцы
Проверка соблюдения температурного режима хранения товара	Контроль температуры холодильного оборудования с целью соответствия условий хранения продуктов	3 раза в день	Продавцы
Разработка картограммы (схемы) выкладки продуктов питания	Контроль соблюдения товарного соседства	Ежедневный контроль	Товаровед
Контроль заказов скоропортящихся продуктов питания	Поддержание необходимого (оптимального) уровня скоропортящихся продуктов питания	Ежедневно	Товаровед

Внедрение данных организационных мероприятий позволит снизить товарные потери, вызванные частичной либо полной утратой количественных или качественных характеристик продуктов питания (списание просроченной, некачественной, непригодной к употреблению вследствие неправильного хранения и т.п. продукции). В соответствии со статистикой выявленные (известные) потери составляют 41 % от общего объема потерь [21]. Следует отметить, что существуют еще и не выявленные (неизвестные) потери товаров, такие как кражи товаров, недостачи на кассах. Кроме того, в России есть нормы естественной убыли, на которые еще ориентируются в своей работе магазины. Не выявленные товарные потери, а также потери товаров в пределах норм естественной убыли также относятся на статью издержек обращения «Потери товаров и технологические отходы».

Рассчитаем экономический эффект от внедрения предлагаемых организационных мероприятий, направленных на снижение издержек обращения в части товарных потерь (таблица 3.5).

Таблица 3.5 – Расчет экономического эффекта от внедрения организационных мероприятий, направленных на снижение издержек обращения в части товарных потерь в ООО «Торговая сеть СМАК»

В тысячах рублей	
Показатель	Значения
1 Издержки обращения в 2016 г., всего:	30 140
1.1 из них потери товаров и технологические отходы	2 549
2 Прибыль от продаж в 2016 г.	1 000
3 Планируемое снижение издержек обращения в части товарных потерь:	
3.1 в процентах (в соответствии со статистикой)	41
3.2 в абсолютной величине (с.1.1 · с.3.1)	1 045
4 Планируемый экономический эффект от внедрения организационных мероприятий, направленных на снижение товарных потерь:	
4.1 увеличение прибыли от продаж (с.3.2)	1 045
4.2 прирост прибыли от продаж, % (с.3.2 / с.2 · 100)	104,5

Расчеты показали, что проведение организационных мероприятий, направленных на снижение товарных потерь, может принести предприятию дополнительную прибыль от продаж в сумме 1045 тыс. руб. за счет снижения издержек обращения.

### 3.2 Оценка экономического эффекта от разработанных мероприятий

Ранее отмечалось, что основными показателями, характеризующими финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятий торговли, выступают валовой доход, прибыль, рентабельность. Обобщающим результативным показателем производственно-финансовой деятельности предприятия и источником финансовых накоплений является прибыль. Для оценки разработанных мероприятий по повышению эффективности формирования финансовых результатов предприятия составлена таблица 3.6.

Таблица 3.6 – Оценка экономического эффекта от разработанных мероприятий по повышению эффективности формирования финансовых результатов в ООО «Торговая сеть СМАК»

В тысячах рублей

Показатель	Значения		Отклонение	Темп прироста, %	Пояснения
	До разработки мероприятий (данные за 2016 г.)	После разработки мероприятий			
Товарооборот	104 638	123 094	18 456	17,64	Увеличение за счет введения скидок по акциям «Ранняя покупка» и «Скидки для пенсионеров» на 17901 тыс. руб.; организации торговли по заказам через Интернет на 555 тыс. руб.
Покупная стоимость товаров	73 498	86 268	12 770	17,37	В соответствии с удельным весом в выручке статьи «Себестоимость продаж» в Отчете о финансовых результатах

## Окончание таблицы 3.6

В тысячах рублей

Показатель	Значения		Отклонение	Темп прироста, %	Пояснение
	До разработки мероприятий (данные за 2016 г.)	После разработки мероприятий			
Валовая прибыль	31 140	36 826	5 686	18,26	Увеличение за счет организации торговли по заказам через Интернет на 193 тыс. руб.
Издержки обращения	30 140	34 580	4 440	14,73	В соответствии с уровнем статьи «Коммерческие расходы» в Отчете о финансовых результатах с учетом снижения на 1045 тыс. руб. за счет проведения организационных мероприятий по сокращению товарных потерь
Прибыль от продаж	1 000	2 246	1 246	124,60	Увеличение прибыли от продаж за счет: 1) Введения скидок «Ранняя оплата» на 65 тыс. руб. и «Скидки для пенсионеров» на 107 тыс. руб. 2) Организации торговли по заказам через Интернет на 29 тыс. руб. 3) Сокращения товарных потерь на 1045 тыс. руб.

Как видно из показателей, представленных в таблице 3.6, разработанные мероприятия по улучшению формирования прибыли являются эффективными для торгового предприятия. Их реализация обеспечит увеличение валового дохода на 5686 тыс. руб. или на 18,26 %. При этом темп прироста валового дохода опережает темп прироста товарооборота (17,64 %), а темп прироста издержек обращения (14,73 %) ниже темпов прироста валового дохода, что создает предпосылки к увеличению прибыли от продаж, которая планируется в сумме 2246 тыс. руб., что на 124,60 % выше, чем в отчетном периоде (в 2016 г.).

Динамику валового дохода и прибыли от продаж торгового предприятия представим на рисунке 3.1.

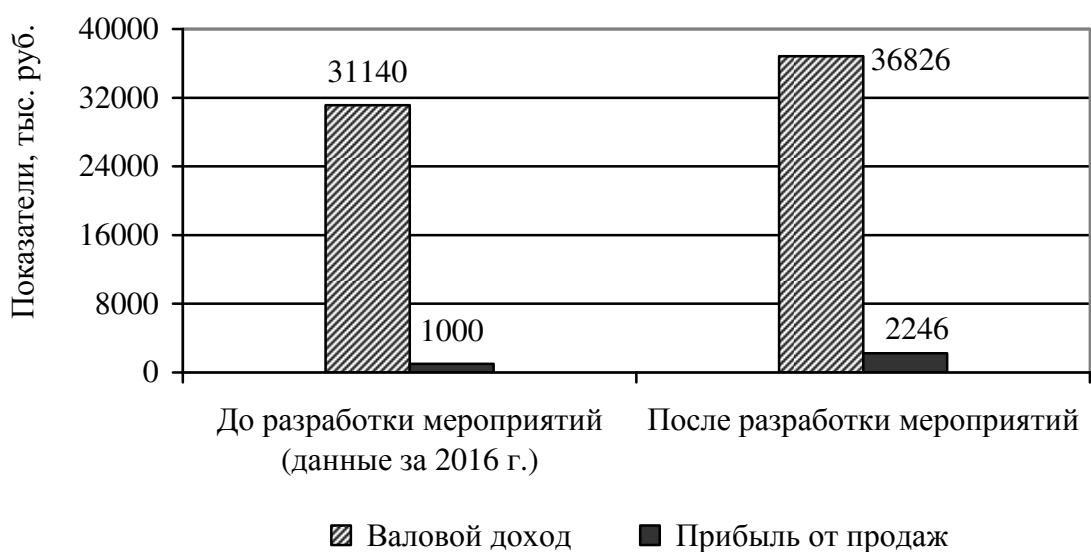


Рисунок 3.1 – Динамика валового дохода и прибыли от продаж в ООО «Торговая сеть СМАК» после внедрения мероприятий по повышению эффективности формирования прибыли

Структуру финансовых результатов от торговой деятельности представим в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Оценка структуры финансовых результатов от торговой деятельности в ООО «Торговая сеть СМАК» до и после внедрения разработанных мероприятий

Показатель	До разработки мероприятий (данные за 2016 г.)		После разработки мероприятий		Отклонение	
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. веса
Товарооборот	104 638	100	123 094	100	18 456	0
Покупная стоимость товаров	73 498	70,24	86 268	70,08	12 770	-0,16
Валовой доход	31 140	29,76	36 826	29,92	5 686	0,16
Издержки обращения	30 140	28,80	34 580	28,09	4 440	-0,71
Прибыль от продаж	1 000	0,96	2 246	1,82	1 246	0,86

Данные таблицы 3.7 показывают улучшение относительных показателей, характеризующих финансовые результаты от торговой деятельности. Происходит не только увеличение валового дохода, что и, что более важно, повышение его уровня на 0,16 процентных пункта (с 29,76 % до 29,92 %). Это стало возможным за счет организации торговли по заказам через Интернет, т.е. введения новой услуги, которая позволила повысить уровень торговой наценки за счет улучшения сервиса обслуживания покупателей. Сокращение уровня издержек обращения на 0,71 процентных пункта (с 28,80 % до 28,09 %) еще более усилило положительное воздействие валового дохода на прибыль от продаж. Причем именно снижение издержек обращения за счет внедрения организационных мероприятий по сокращению товарных потерь оказало наиболее значительное влияние на прибыль от продаж. Повышение уровня валового дохода и снижение уровня издержек обращения привело к повышению рентабельности продаж на 0,86 процентных пункта (с 0,96 % до 1,82 %).

#### Выводы по разделу три

В рамках данного раздела выпускной квалификационной работы разработаны мероприятия по повышению эффективности формирования финансового результата торговой сети. Предложено и экономически обосновано введение скидок в рамках акций «Ранняя покупка» и «Скидки для пенсионеров», что принесет прирост прибыли от продаж на сумму 172 тыс. руб. или 17,2 % за счет ускорения товарооборачиваемости. Еще одним мероприятием, направленным на увеличение прибыли, предложена торговля по заказам через Интернет, что может принести торговому предприятию дополнительную прибыль в сумме 29 тыс. руб. или 2,9 %. С целью снижения издержек обращения рекомендовано провести ряд организационных мероприятий, направленных на снижение товарных потерь и получить за счет этого прибыль от продаж в сумме 1045 тыс. руб. или 104,5 %.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа посвящена раскрытию теоретических и методологических основ управления процессом формирования финансовых результатов предприятий сферы торговли, а также разработке управленческих решений, позволяющих повысить эффективность формирования финансовых результатов.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе выступает общество с ограниченной ответственностью «Торговая сеть СМАК», основным видом деятельности которого является розничная торговля продовольственными товарами.

Цель работы – разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности формирования финансовых результатов торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК».

Деятельность исследуемого предприятия характеризуется снижением эффективности: несмотря на увеличение выручки от продажи товаров (на 10,43 % в 2015 г. и на 7,34 % в 2016 г.), происходит снижение уровня валового дохода, а доходы от торговой деятельности лишь незначительно покрывают расходы на ее осуществление (рентабельность продаж в 2016 г. менее 1 %). Предприятие находится в сильной зависимости от заемных источников, финансируя за счет них около 80 % своих активов.

Результаты проведенного исследования позволили сформулировать следующие выводы:

1) Анализ динамики финансовых результатов за период 2014–2016 гг. показал снижение финансовой отдачи от торговой и прочих видов деятельности: в целом за три года при среднем росте выручки от продажи товаров порядка 9 %, конечный финансовый результат сократился более чем на 11%.

2) В 2016 г. по сравнению с 2015 г. наметилась положительная тенденция повышения финансовых результатов, что было переопределено снижением уровня издержек обращения, однако уровень валового дохода продолжал



снижаться по причине роста себестоимости продажных товаров, а также высокой конкуренцией и пониженным покупательским спросом, что ограничивало торговое предприятие повышать уровень торговых надбавок.

3) Формирование финансовых результатов осуществлялось под влиянием изменений, происходящих в ассортиментной структуре товарооборота, которые складывались под влиянием спроса на продукты питания, а также управленческие решения руководства торгового предприятия относительно формирования ассортиментной структуры. Основой продаж являются такие товарные группы, как «Мясо и мясопродукты» и «Алкогольная продукция», которые обеспечивают около 50 % всего товарооборота. Эти же товарные группы вносят наибольший вклад в формирование уровня валового дохода.

4) Определенные усилия руководства торгового предприятия по снижению издержек обращения в 2016 г. принесли положительный результат в виде снижения их уровня. В то же время происходит устойчивый рост товарных потерь, что приводит к недополучению от продажи товаров.

5) За счет более эффективного управления доходами и расходами торгового предприятия в 2016 г. удалось обеспечить увеличение показателей рентабельности торговой и прочих видов деятельности. В то же время рентабельность находится на очень низком уровне (по итогам 2016 года рентабельность продаж составляла 0,96 %, рентабельность совокупных доходов 0,78 %).

6) Результаты факторного анализа позволили выявить упущенные резервы роста прибыли от продажи товаров – это увеличение уровня валового дохода и снижение издержек обращения.

В целях повышения эффективности формирования финансовых результатов торгового предприятия ООО «Торговая сеть СМАК» разработаны и экономически обоснованы следующие мероприятия:

Внедрение скидок в рамках акции «Ранняя покупка», которую планируется проводить ежедневно с 9 до 11 часов на протяжении 3-х месяцев. В соответствии

с проведенными расчетами внедрение скидок за раннюю покупку обеспечит увеличение прибыли от продажи товаров на 65 тыс. руб. или на 6,53 %. Для достижения данного результата необходимо, чтобы максимальный объем торговой скидки не превышал 5,27 %.

Внедрение скидки в размере 10% на все товары в рамках акции «Скидки для пенсионеров», проводимой 1 раз в неделю. Проведение данной акции по прогнозным расчетам позволит получить дополнительную прибыль в размере 107 тысяч рублей или на 10,7 % за счет ускорения оборачиваемости товаров. Кроме того, это предоставит дополнительные возможности экономии для социально-незащищенных людей.

Еще одним мероприятием, направленным на увеличение прибыли, предложена торговля по заказам через Интернет. Люди, работающие допоздна и уставшие иногда не могут позволить себе поход по магазинам, поэтому данное нововведение будет особенно актуальным именно для них. Расчеты показали, что организация торговли заказами через Интернет может принести торговому предприятию дополнительную прибыль в сумме 29 тыс. руб. или 2,9 %.

С целью снижения издержек обращения рекомендовано провести ряд организационных мероприятия, направленных на снижение товарных потерь (таблица 3.4), что может принести торговому предприятию дополнительную прибыль от продаж в сумме 1045 тыс. руб. или 104,5 %.

В результате реализации разработанных мероприятий планируется увеличить прибыль от продаж на 1246 тыс. руб. или более чем в 2 раза, повысить уровень валового дохода (с 29,76 % до 29,92 %) и рентабельность продаж (с 0,96 % до 1,82 %).

Таким образом, разработанные мероприятия по улучшению формирования финансовых результатов показали свою эффективность и могут быть предложены руководству торгового предприятия для рассмотрения.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 2): Федеральный закон № 14-ФЗ от 26.01.1996. – ред. от 23.05.2016.
- 2 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 2): Федеральный закон № 117-ФЗ от 05.08.2000. – ред. от 28.12.2016.
- 3 Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ от 28.12.2009. – ред. от 03.07.2016.
- 4 Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99). – ред. от 06.04.2015.
- 5 Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99). – ред. от 06.04.2015.
- 6 Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях потребительской кооперации: утв. Правлением Центросоюза РФ 06.06.1995 № ЦСЦ-27. – ред. от 28.03.1996.
- 7 Абрютин, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: учебное пособие / М.С. Абрютин. – М.: «Дело и сервис», 2014. – 407 с.
- 8 Альбеков, А.У. Экономика коммерческого предприятия: учебное пособие / А.У. Альбеков, С.А. Сагомоян. – Р-н/Д, «Феникс», 2015. – 312 с.
- 9 Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2014. – 451 с.
- 10 Арзуманова, Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: учебное пособие / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М.: Изд-во Торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2015. – 369 с.
- 11 Баканов, М.И. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / под ред. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 400 с.
- 12 Бланк, И.А. Управление торговым предприятием: учебник / И.А. Бланк. – М.: ТАНДЕМ. Изд-во ЭКМОС, 2013. – 416 с.

- 13 Герасимов, Б.И. Анализ торговли: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.И. Саталкина, Г.И. Терехова Г.И. – М.: Форум, 2016. – 232 с.
- 14 Горшкова, Л.В. Планирование торговли: учебное пособие / Л.В. Горшкова. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета 2011. – 89 с.
- 15 Губанова, И.Р. Проблемы обеспечения эффективности работы предприятий розничной торговли / И.Р. Губанова // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – №11(140). – С. 4–9.
- 16 Губин, В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 336 с.
- 17 Иванов, Г.Г. Экономика торговли: учебное пособие / Г.Г. Иванов. – М.: Академия. – 2015. – 160 с.
- 18 Иоффе, М.Я. Торговый бизнес. Как стать миллионером? – М.: Киви-Норд, 2006. – 159 с.
- 19 Как правильно устраивать распродажи в магазине. – <http://openbusiness.ru/torgovlya-optovaya-i-rozничnaya/>.
- 20 Кожарский, В.В. Анализ издержек обращения в торговле / В.В. Кожарский // Планирование и анализ хозяйственной деятельности. – 2014. – № 1. – С. 31-32.
- 21 Кожевникова, Е.Ю., Разработка мероприятий по предотвращению потерь (на примере торговой сети) / Е.Ю. Кожевникова, М.Б. Ремизов и др. // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 317-321
- 22 Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебное пособие / Л.И. Кравченко. – М: ООО «Новое знание», 2009. – 439 с.
- 23 Максименко, Н.Н. Экономика предприятий торговли: учебник / Н.Н. Максименко, Е.Е. Шишкова. – Мн.: Выш. школа, 2015. – 542 с.
- 24 Мамедов, А.М. Экономика предприятия: учебник для вузов / А.М. Мамедов. – М.: Экзамен, 2013. – 352 с.
- 25 Мануйленко, В.В. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект / В.В. Мануйленко,

Т.А. Садовская // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2012. – №33(123). – С. 2–11.

26 Николаева, Т.И. Экономика предприятий торговли: учебное пособие / Т.И. Николаева, Н.Р. Егорова – М.: КНОРУС, 2015. – 400 с.

27 Николаева, Т.И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли / Т.И. Николаева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 4. – С.97–104.

28 Пятнадцать способов увеличить выручку в магазине продуктов. – <https://www.business.ru/>.

29 Савицкая, Г.В. Сущность и методика расчета валовой и маржинальной прибыли / Г.В. Савицкая // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №18(273). – С.21 – 24,

30 Соловьева, Н.А. Анализ финансовых результатов деятельности торговой организации: учебное пособие / Н.А. Соловьева, О.Ю. Дягель. – Красноярск: КГТЭИ, 2014. – 236 с.

31 Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебник / Под ред. А.В. Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 277 с.

32 Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 314 с.

33 Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / под ред. С.Н. Лебедевой. – Мн.: Новое знание, 2015. – 240 с.

34 Экономический анализ. Торговля, общественное питание, туристический бизнес: учебник / В.А. Чернов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 640 с.

35 44% россиян покупают товары через Интернет. – <http://marketing.rbc.ru/>.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %		Доля фактора в изменении баланса по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Материальные внеоборотные активы	108	2	6 050	-106	6 048	-98,15	302 400	-29,44	60,86
Нематериальные финансовые и другие внеоборотные активы	3	0	1	-3	1	-100,0	100,0	-0,83	0,01
Запасы	6 430	6 644	7 129	214	485	3,33	7,30	59,44	4,88
Денежные средства и денежные эквиваленты	271	383	34	112	-349	41,33	-91,12	31,11	-3,51
Финансовые и другие оборотные активы	140	283	4 036	143	3 753	102,14	1326,15	39,72	37,76
Баланс	6 952	7 312	17 250	360	9938	5,18	135,91	100	100
Капитал и резервы	1 175	2 900	3 317	1 725	417	146,81	14,38	479,17	4,20
Краткосрочные заемные средства	0	0	3995	0	3998	0	100	0	40,23
Кредиторская задолженность	5 777	4 412	9 938	-1 365	5 526	-23,63	125,25	-379,17	55,60
Баланс	6 952	7 312	17 250	360	9 938	5,18	135,91	100	100

Таблица А.2 – Вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Удельный вес по годам, %			Отклонение удельного веса по годам	
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015	2016
Материальные внеоборотные активы	108	2	6 050	1,55	0,03	35,07	-1,52	35,04
Нематериальные финансовые и другие внеоборотные активы	3	0	1	0,04	0	0,01	-0,04	0,01
Запасы	6 430	6 644	7 129	92,49	90,86	41,33	-1,63	-49,53
Денежные средства и денежные эквиваленты	271	383	34	3,91	5,24	0,20	1,33	-5,04
Финансовые и другие оборотные активы	140	283	4036	2,01	3,87	23,39	1,86	19,52
Баланс	6 952	7 312	17 250	100	100	100	0	0
Капитал и резервы	1 175	2 900	3 317	16,90	39,66	19,23	22,76	-20,43
Краткосрочные заемные средства	0	0	3 995	0	0	23,16	0	23,16
Кредиторская задолженность	5 777	4 412	9 938	83,10	60,34	57,61	-22,76	-2,73
Баланс	6 952	7 312	17 250	100	100	100	0	0

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах

ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %	
	2014	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Выручка	88 276	97 485	104 638	9 209	7 153	10,43	7,34
Себестоимость продаж	61 643	68 395	73 498	6 752	5 103	10,96	7,46
Валовая прибыль	26 633	29 090	31 140	2 457	2 050	9,23	7,05
Коммерческие расходы	25 761	28 567	30 140	2 806	1 573	10,89	5,51
Прибыль от продаж	872	523	1 000	−349	477	−40,02	91,20
Проценты к уплате	30	0	0	−30	0	−100,0	–
Прочие доходы	128	251	5	123	−246	96,09	−98,01
Прочие расходы	121	175	191	54	16	44,63	9,14
Прибыль до налогообложения	849	599	814	−250	215	−29,45	35,89
Текущий налог на прибыль	344	367	417	23	50	6,69	13,62
Чистая прибыль	505	232	397	−273	165	−54,06	71,12



Таблица Б.2 – Вертикальный анализ отчета о финансовых результатах

ООО «Торговая сеть СМАК» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

Показатель	Период, годы			Удельный вес по годам, %			Отклонение удельного веса по годам	
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015	2016
Выручка	88 276	97 485	104 638	100	100	100	0	0
Себестоимость продаж	61 643	68 395	73 498	69,83	70,16	70,24	0,33	0,08
Валовая прибыль	26 633	29 090	31 140	30,17	29,84	29,76	−0,33	−0,08
Коммерческие расходы	25 761	28 567	30 140	29,18	29,30	28,80	0,12	−0,50
Прибыль от продаж	872	523	1 000	0,99	0,54	0,96	−0,45	0,42
Проценты к уплате	30	0	0	0,03	0	0	−0,03	0
Прочие доходы	128	251	5	0,14	0,26	0	0,12	−0,26
Прочие расходы	121	175	191	0,14	0,18	0,18	0,04	0
Прибыль до налогообложения	849	599	814	0,96	0,61	0,78	−0,35	0,17
Текущий налог на прибыль	344	367	417	0,39	0,38	0,40	−0,01	0,02
Чистая прибыль	505	232	397	0,57	0,24	0,38	−0,33	0,14