ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Санкт-Петербургский торгово экономический техникум»

Заочное отделение

Специальность (Экономика и бухгалтерский)

Курсовая работа

По дисциплине: «Экономика организации»

На тему:

«Планирование экономических показателей деятельности торговой организации»

Студентки 3-го курса ОЗО

группы ЗБ-33

Жуковой Елены Ивановны

2009-2010уч. год

**ВВЕДЕНИЕ**

Переход к рыночной экономике требует от предприятия торговли повышения внимания к оценке эффективности торговой деятельности, анализу экономических показателей и выявлению резервов улучшения их состояния.

Важная роль в реализации этой задачи отводится анализу хозяйственной деятельности торговых предприятий. С его помощью вырабатываются отражения и тактика развития торгового предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за выполнением, выявляются резервы повышения эффективности торговой деятельности, осуществляются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников.

В современных экономических условиях деятельность каждого экономического субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений (организаций и физических лиц), заинтересованных в результатах его функционирования. На основе доступной им отчетно-учетной информации указанные лица стремятся оценить финансовое положение предприятия. Основным инструментом для этого служит финансовый анализ, при помощи которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта: охарактеризовать его платежеспособность, эффективность и доходность деятельности, перспективы развития, и затем по его результатам принять основные решения.

Целью данной работы является: на основе изучения экономической литературы и переработке теоретического материала, проанализировать и оценить экономические результаты деятельности продовольственного магазина «Пятерочка» № 51 с универсальным ассортиментом товара.

## 1. Характеристика экономических показателей

Одним из основных требовании функционирования предприятий и их ассоциаций в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Главная задача предприятия - хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия. Основными показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельности торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Цель анализа объемных показателей деятельности - выявление, изучение и мобилизация резервов роста доходов, прибыли, повышения рентабельности при улучшении качества обслуживания покупателей. В процессе анализа проверяют степень выполнения планов по товарообороту, доходам, издержкам, прибыли, рентабельности, изучают их динамику, определяют и измеряют влияние факторов на результаты коммерческой деятельности предприятий, выявляют и мобилизуют резервы их роста, особенно прогнозные. Одной из основных задач анализа является также изучение экономической целесообразности и эффективности распределения и использования прибыли. Для достижения этих целей торговые предприятия должны решать такие задачи:

• оценивают, в какой степени была обеспечена максимизация прибыли;

• в случаях убыточной работы выявляют причины такого хозяйствования и определяют пути выхода из сложившейся ситуации;

• рассматривают доходы на основе их сопоставления с расходами и выявляют прибыль от реализации;

• изучают тенденции изменения доходов по основным товарным группам и в целом от торговой деятельности;

• выявляют, какая часть доходов используется на возмещение издержек обращения, налогов и образование прибыли;

• рассчитывают отклонение величины балансовой прибыли по сравнению с величиной прибыли от реализации и определяют причины этих отклонений;

• исследуют различные показатели рентабельности за отчетный период и в динамике;

• выявляют резервы увеличения прибыли и повышения рентабельности и определяют, как и когда возможно использовать эти резервы;

• изучают направления использования прибыли и оценивают, обеспечено ли финансирование за счет собственных средств развития хозяйственной деятельности.

На практике используется внешний и внутренний анализ.

Внешний анализ базируется на публикуемых отчетных данных и поэтому содержит ограниченную часть информации о деятельности предприятий. Целью его является оценки рентабельности работы предприятия, эффективности использования капитала. Итоги этой оценки учитываются во взаимоотношениях предприятия с акционерами, кредиторами, налоговыми органами и служат основой определения положения этого предприятия на рынке, в отрасли и в деловом мире. Естественно, что публикуемая информация не затрагивает всех сфер деятельности предприятии, содержит укрупненные данные, в основном об их финансовой деятельности, и в силу этого обладает способностью к сглаживанию и вуалированию негативных явлений, имеющих место в деятельности предприятий.

Поэтому внешние потребители аналитического материала стараются при возможности получить дополнительные сведения о деятельности предприятий сверх того, что ими публикуется.

Наибольшее значение в деле оценки результатов деятельности и определении мер по увеличению прибыли и повышению рентабельности имеет внутренний анализ. Он основан на использовании всего комплекса экономической информации, первичных документов и данных аналитического, статистического, бухгалтерского учета и отчетности. Аналитик имеет возможность реально оценить состояние дел на предприятии. Он может получить из первоисточника достоверные сведения о ценовой политике предприятия и его доходах, о формировании прибыли от реализации, о структуре издержек обращения и других расходах, дать оценку положения предприятия на товарных рынках, о валовой (балансовой) прибыли т. п.

Именно внутренней анализ позволяет изучить механизм достижения предприятием максимальной прибыли. Этот вид анализа играет решающую роль в разработке важнейших вопросов конкурентной политики предприятия, которые используются при оценке выполнения поставленных задач и для разработки программ развития на перспективу.

Данный вид анализа, связанный с изучением сложившихся в прошлом тенденций, называется ретроспективным, а направленный на изучение будущего - перспективным.

Комплексный подход к изучению конечных результатов коммерческой деятельности позволяет принимать обоснованные управленческие решения по ходу текущей деятельности, способствует выбору лучших вариантов действий в перспективе.

1.1 Понятие товарооборота и его показатели

Товарооборот – один из важнейших синтетических показателей развития, как на уровне предприятия, так и на уровне региона, страны в целом.

Розничный товарооборот представляет собой объем продажи товаров населению через все каналы реализации и означает завершение процесса обращения товаров на потребительском рынке. Данные о товарообороте позволяют оценить степень проникновения предприятия на рынок, оценить сложившуюся конъюнктуру, конкурентную позицию на рынке и темпы экономического развития торгового предприятия.

Розничный товарооборот является одним из определяющих факторов эффективного функционирования торговли, исходной основой для определения ресурсного потенциала предприятия (объема и состава трудовых, материальных и финансовых ресурсов), одним из основных факторов, определяющих величину затрат ресурсов (сумму и состав издержек обращения).

Анализ розничного товарооборота включает в себя три раздела:

1. Анализ объема и структуры товарооборота;

2. Анализ товарных запасов;

3. Анализ оптовых закупок (поступления товаров).

Закономерностью в развитии розничного товарооборота является качественное изменение его структуры. Постоянное улучшение товарной структуры розничного товарооборота выражается в повышении удельного веса непродовольственных товаров общем объеме товарооборота. Для развития розничного товарооборота характерно улучшение не только общей его структуры, но и структуры оборота внутри групп продовольственных и непродовольственных товаров.

Важной закономерностью развития розничного товарооборота являются более высокие темпы его роста на душу населения.

План розничного товарооборота.

Объем и структура розничного товарооборота влияют на все остальные разделы и показатели плана – труд, издержки обращения, валовой доход, доходы и др. Поэтому разработка плана начинается с основного его раздела – с плана розничного товарооборота. План состоит из следующих разделов:

- реализация(продажа) товаров по общему объему и по отдельным группам товаров (Р)

- товарные запасы на начало планируемого периода (Зн)

- товарные запасы на конец планируемого периода (Зк)

- поступление товаров, или товарное обеспечение (П)

Между этими подразделами существует балансовая связь, которая выражается формулой:

Зн+П=Р+Зк

В плане розничного товарооборота также отражаются :

- естественная убыль (Е)

- уценка товаров (У)

Эти данные используются для расчета потребности в товарах. В развернутом виде формула будет иметь такой вид:

Зн+П=Р+Е+У+Зк

Объем и структура товарооборота должны обеспечить удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах в соответствии со спросом.

Товарные запасы должны быть запланированы в размерах, обеспечивающих бесперебойную продажу товаров в широком ассортименте. Завышенные запасы приводят к увеличению расходов по их хранению, к замораживанию денежных средств, и как следствие к ухудшению финансового положения. Заниженные товарные запасы ведут к перебоям в торговле, потерям товарооборота и снижению прибыли.

Запасы измеряются в следующих показателях:

- натуральных единицах

- в стоимостных единицах

- в днях оборота

Основным является «в днях». И показывает, на сколько дней бесперебойной торговли хватит имеющихся товарных запасов.

 Тз в ∑

Тз в днях= —————————————

 Товарооборот среднедневной

 Товарооборот за период

Товарооборот среднедневной= ——————————

 Число дней в периоде

Тз в ∑=Товарооборот среднедневной ×Тз в днях

Важнейшим качественным показателем является – товарооборачиваемость. Показывает время реализации поступающих товаров. При ее ускорении увеличивается товарооборот, прибыль, снижаются расходы, высвобождаются денежные средства. При ее замедлении все показатели ухудшаются.

Товарооборачиваемость рассчитывается:

- в днях

- в оборотах

В днях - показывает за сколько дней реализуется средний товарный запас.

 Средний товарный запас

Товарооборачиваемость в днях = ———————————————

 Товарооборот среднедневной

 1/2 х1+х2+…..+1/2хn

Средний товарный запас = —————————————

 N - 1

Где; х=величина, размер товарных запасов;

N=количество товарных запасов (применяется, если дано более двух показателей)

В оборотах - показывает сколько оборотов за данный период совершат товары.

 Число дней в периоде

Товарооборачиваемость в оборотах=——————————————

 Товарооборачиваемость в днях

Поступление товаров – является материальной основой товарооборота.

Поступление товаров – количество товаров поступающих на предприятие для реализации товаров и создания нормативных товарных запасов.

П=Р+Зк-Зн

От объема поставок товара, зависит объем товарооборота. Источники поступления: импорт, производитель.

На объем товарооборота влияют следующие факторы:

- объем производства

- уровень цен на товары

- сезонность

- численность населения и его профессиональный и полувозрастной состав

- место расположения

Определение ожидаемого объема товарооборота за текущий год является важной частью работы по составлению плана. Анализ по выполнению плана товарооборота проводится сначала по общему объему, а затем по ассортиментной структуре.

Основными задачами анализа розничного товарооборота являются:

- проверка выполнения плана розничного товарооборота за год, по кварталам, месяцам,а также установление ритмичности его выполнения в общем объеме и по отдельным товарным группам;

- определение темпов роста товарооборота в текущем году по сравнению с прошлым годом в общем объеме и по отдельным товарным группам;

- оценка уровня удовлетворения спроса населения на отдельные товары, соответствия предлагаемого ассортимента товаров спросу покупателей;

- определение влияния отдельных факторов на выполнение плана розничного товарооборота;

- выявление резервов и разработка мероприятий по дальнейшему увеличению объема товарооборота и наиболее полному удовлетворению спроса покупателей.

Для анализа выполнения плана розничного товарооборота используются данные бухгалтерской и статистической отчетности.

1.2 Показатели по труду и их взаимосвязь

При характеристике труда работников отрасли торговли используются основные показатели - производительность и эффективность.

Эффективность труда в торговле – это соотношение результатов труда работников отрасли и затрат на него. Поэтому рост эффективности предполагает получение больших результатов труда при неизменных затратах ресурсов или тех же результатов при наименьших затратах.

Основной задачей планирования показателей по труду является определение оптимальной численности работников и фонда оплаты труда, необходимых для выполнения плана товарооборота при высокой культуре обслуживания покупателей.

Предприятия торговли формируют план по труду, руководствуясь утвержденными им нормативами образования фонда оплаты труда, соотношения между темпами прироста фонда оплаты и розничного товарооборота.

Показатели по труду включают в себя:

- численность работников (штатное расписание) (Ч)

- фонд оплаты труда (ФОТ) определяется:

а) в ∑

б) в % к товарообороту (Уфот)

- производительность труда (средний товарооборот на одного работника) (ПТ)

- средняя заработная плата на одного работника (Сз)

Между этими показателями существует экономическая взаимосвязь. Основным показателем является – уровень фонда оплаты труда. Рассчитывается двумя способами. Первый способ:

 ФОТ

Уфот= ———————— × 100

 Товарооборот

Подставим в значение ФОТ, показатели его определяющие:

ФОТ=Ч×Сз на одного сотрудника;

 ФОТ ФОТ

Ч=————; Сз=—————

 Сз Ч

Второй способ:

 Сз

Уфот= ——— ×100

 ПТ

Существует экономическая закономерность в изменении средней зарплаты и производительности труда. Для эффективности расходования средств на оплату труда необходимо чтобы средняя зарплата росла медленнее, чем производительность труда.

Производительность труда – это один из показателей эффективности труда, характерезующий плодотворность полезной деятельности работников.

Производительность труда является одним из основных качественных показателей хозяйственной деятельности предприятий торговли, т.к. влияет объем товарооборота, уровень издержек обращения, рентабильность. Производительность труда измеряется в стоимостном и натуральном выражении.

В стоимостном выражении производительность труда (ПТ) – это объем товарооборота (услуг), приходящихся на одного среднесписочного работника (или одного торгово-оперативного работника).

В натуральном выражении производительность труда – это количество проданных одним работником товаров в натуральном выражении (в метрах, литрах, тоннах) в единицу времени.

Однако изменение товарооборота на одного работника торговли в стоимостном выражении не всегда правильно отражает динамику производительности труда. В связи с этим изменение ассортиментного состава оборота приводит к тому, что реализация товаров на одну и ту же сумму может происходить при различных затратах труда. В этом случае изменение объема товарооборота на одного работника торговли не соответствует изменению уровня производительности труда. Поэтому при измерении производительности труда в торговле в динамике необходимо учитывать изменение среднего оборота, приходящегося на одного работника в единицу времени с учетом индексов цен и ассортиментного состава оборота.

Планирование фонда оплаты труда, осуществляется на основе штатного расписания и установленных окладов (ставок). Планирование осуществляется нормативным методом.

- рассчитывается фонд оплаты по каждой категории работников путем умножения численности работников и ставки заработной платы.

- годовой фонд оплаты труда, путем умножения месячного фонда оплаты на 12 месяцев

- общая сумма фонда оплаты труда, определяется на год путем сложения

- рассчитывается премиальный фонд исходя из условий премирования

- определяется общий фонд оплаты труда путем сложения, фонд оплаты труда по ставкам и премиального фонда

Следующим этапом определяется плановый фонд оплаты труда в % к товарообороту только за год:

 ФОТ в ∑

 —————————— × 100

 Товарооборот за год

При всех расчетах численность определяется исходя из количества рабочих мест и режима работы. Товарооборот, производительность труда, а также возможности сокращения штата за счет совмещения профессий и расширения зон обслуживания при этом не учитываются. Поэтому для экономического обоснования расчета численности, целесообразно проверить возможности выполнения плана товарооборота на имеющихся рабочих местах при достигнутой производительности труда.

Численность и состав работников зависят от объема, структуры товарооборота, размера торговой площади, наличия складских помещений, режима работы и других факторов.

Основываясь на определенной численности, должностных окладах, тарифных ставках и сдельных расценках, а также предполагаемых размерах премий, определяют величину фонда оплаты труда по каждой структурной единице и подразделению. Если фонд оплаты труда окажется больше намеченной на этом этапе величины, то следует еще раз вернуться к численности работающих и внести соответствующие коррективы. Если размер фонда окажется меньше, то с учетом конкретных условий разницу можно оставить за этой структурной единицей, как своеобразный резерв надбавок.

Особое значение в смете расходования фонда оплаты труда имеет статья «Резерв фонда оплаты труда». Средства предусмотренные по этой статье, предназначены на возмещение недостатка средств, возникшего по непредвиденным причинам в период разработки плана, по другим статьям фонда.

1.3 Издержки обращения, их сущность и классификация

Обращение товаров требует общественных затрат, вызываемых их доставкой, хранением и реализацией: Эти затраты живого и овеществленного труда, необходимые для доведения товаров до потребителя, выраженные в денежной форме, называются издержками обращения.

Проблема издержек одна из наиболее актуальных и важных проблем экономики предприятия, так как уровень, динамика и структура издержки обращения тесно связаны со всеми сторонами хозяйственной деятельности предприятий, с вопросами планирования и организации процесса-движения товаров из сферы производства в сферу потребления.

Издержки обращения являются важнейшим, качественным показателем, который позволяет судить, насколько успешно предприятия осуществляют задачу дальнейшего развития товарооборота, улучшения культуры торговли и обслуживания населения. Правильный учет и планирование издержек обращения способствует устранению бесхозяйственности и излишеств в расходовании средств, при одновременном проведении мероприятий по повышению культуры торговли.

Издержки обращения возникают у тех предприятий, которые осуществляют товарное обращение. Они образуются у предприятий торговли и общественного питания у предприятий и организаций различных заготовительных систем. Вместе с тем издержки несут и непосредственно производители товаров - промышленные предприятия, совхозы, колхозы, а также колхозники, рабочие и служащие при продаже продукции от своих приусадебных хозяйств на рынке.

Не все затраты торговых, предприятий могут быть отнесены к издержкам обращения. К ним относятся только такие расходы, которые действительно с народнохозяйственной точки зрения являются издержками по, осуществлению товарооборота. Такие же расходы торговых предприятий как налоги, пени, штрафы не являются затратами в народнохозяйственном смысле, а выражают перераспределение средств. Не относятся к издержкам обращения и убытки торговых предприятий, обусловленные плохой постановкой контроля или запущенностью учета. Так, убытки от списания дебиторской задолженности, убытки, происшедшие в результате чисто случайных причин, стихийных бедствий и др. также не обусловлены торговым процессом и списываются на счет прибылей и убытков.

Не учитываются в издержках обращения торговых предприятий расходы по транспортированию товаров народного потребления промышленными предприятиями по цене Франко-станция назначения, затраты на "производство товаров широкого потребления, на выращивание сельскохозяйственной продукции и развитие животноводства в предприятиях, находящихся в ведении торговых организаций. Это такие же издержки производства, какие имеются на фабриках и заводах, в совхозах, колхозах и в других производственных предприятиях.

В разных коммерческих фирмах при рассмотрении издержек используют следующие термины: издержки, затраты, расходы. Будем считать, что понятия издержки, расходы и затраты равнозначны.

В силу действия феномена редкости (ограниченности всех видов ресурсов) коммерческая деятельность без некоторых издержек вообще невозможна. В силу этого обстоятельства любое решение о товародвижении вызывает необходимость отказа от использования тех же ресурсов в других целях. Таким образом - все издержки представляют собой альтернативные (или вмененные) издержки. Альтернативные издержки производства являются главным препятствием, с которым сталкивается фирма в процессе реализации своих возможностей максимизации прибыли. Классификацию издержек нужно начать с того, что в число альтернативных издержек, с которыми сталкиваются фирмы, входят выплаты рабочим, инвесторам, а так же владельцам природных ресурсов; все эти выплаты осуществляются с целью привлечь ресурсы, отвлекая их тем самым от альтернативных вариантов применения и т.д.

В настоящее время существует следующая классификация затрат:

1. По участию в образовании стоимости товаров и услуг затраты делятся на следующие виды:

- Чистые издержки обращения – затраты торгового предприятия являющиеся общественно необходимыми, но по своей сути не производительные. Необходимость этих затрат обусловлена тем, что процесс доведения товара до потребителя производится путем купли-продажи и смены формы стоимости товар - деньги. К чистым издержкам относят затраты на рекламу, на заключение договоров и юридическое обслуживание актов купли-продажи.

- Дополнительные затраты, – затраты которые ведут непосредственно к увеличению стоимости товара и имеют место в том случае, если сделка купли-продажи состоялась. К ним относятся: транспортные расходы, заработная плата складских работников, расходы на содержание зданий и сооружений и др.

2. По подотраслям деятельности затраты бывают:

- Затраты предприятий розничной торговли;

- Затраты предприятий оптовой торговли;

- Затраты торгово-посреднических предприятий.

3. По характеру выполняемых задач:

-Операционные затраты, – затраты на продвижение товара, транспортные расходы, аренда, хранение, содержание зданий, расходы на ремонт и т.д.

- Административно-управленческие расходы – затраты на деятельность аппарата управления и по организации хозяйственной деятельности фирмы: заработная плата руководства компании, бухгалтерии, финансовых служб, почтовые и телеграфные расходы и др.

4.По способу распределения затрат по товарным группам затраты бывают:

- Прямые – расходы коммерческой фирмы произведенные на основании заключенных договоров которые могут быть отнесены на определенную товарную группу: проценты за взятый кредит, заработная плата работников, амортизация складов.

- Косвенные (распределительные) затраты – затраты по социальному страхованию, тепловой и электрической энергии, кассовому обслуживанию, затраты на аудиторские консультации, содержание транспорта.

5.По зависимости от объема продаж:

- Условно-постоянные – аренда, текущий ремонт, реклама.

- Переменные – транспортные расходы, заработная плата, проценты за кредит.

6. По значимости затрат для планирования, контроля и принятия решений затраты делят на следующие виды:

- Регулируемые и нерегулируемые;

- Нормативные затраты;

- Приростные затраты;

- Затраты прошлого периода;

- Наличные выплаты;

- Значимые затраты;

- Затраты включаемые в альтернативную стоимость.

Издержки обращения измеряются двумя показателями:

- абсолютная сумма

- в % к товарообороту, т.е. уровнем

Уио=(ИО: товарооборот)×100

Уровень является качественным показателем, так как он показывает расходы приходящиеся на рубль товарооборота.

На величину издержек обращения влияют следующие факторы:

- объем товарооборота

- с ростом товарооборота сумма издержек обращения товарооборота увеличивается, а уровень снижается.

С ростом товарооборота увеличиваются только переменные (зависимые) издержки обращения, поэтому общая сумма издержек растет, но медленнее чем товарооборот.

Чем больше в товарообороте доля товаров с большей издержкоемкостью, тем больше сумма и уровень издержек обращения. И наоборот.

Планирование издержек обращения осуществляется как в целом по предприятию, так и по отдельным статьям.

Применяется два метода планирования:

- нормативный. Основан на использовании норм и нормативов расходов по отдельным статьям, которые устанавливает Российское Законодательство или локальными правовыми актами (приказами по организации)

- экономико-статистический. При данном методе учитываются данные об уровне издержек обращения за несколько прошлых лет. Затем рассчитывается средне-годовой темп изменения уровня издержек обращения. На основании которого определяется сумма и уровень издержек обращения на предстоящий плановый период

1) Определяется плановый уровень издержек обращения:

 Отчетный Уио×(100±темп изменения Уио)

План.Уио=————————————————————————

 100

2) Определяется плановая сумма издержек обращения:

 Товарооборот план.×планов.Уио

План.∑ ИО=——————————————————————

 100

Важным элементом хозяйственной деятельности является систематический контроль за соблюдением сметы издержек обращения. Ведущая роль в этом принадлежит руководителю предприятия и работникам учетно-экономических служб.

1.4 Валовой доход, его значение и показатели измерения

К основным источникам формирования прибыли торговых предприятий относятся реализованные торговые надбавки, а по некоторым товарам - торговые скидки. В настоящее время предприятиям розничной и оптовой торговли предоставлено право самостоятельно определять оптовые и торговые надбавки на товары исходя из спроса, фактических издержек обращения и оптимальных уровней рентабельности (с учетом установленных предельных размеров надбавок). Свободная розничная цена товара сформируется из свободной отпускной цены (цены закупки) и с добавлением торговой и оптовой надбавок в установленных торговым предприятием размерах.

Кроме реализованных торговых надбавок, предприятия розничной торговли могут иметь доходы от биржевой и брокерской деятельности, от продажи товаров и имущества на аукционах, доходы по операциям с тарой (превышение доходов над расходами), от реализации акций, облигаций, других ценных бумаг и т.п. Однако основным источником сформирования доходов розничных торговых предприятий являются реализованные торговые надбавки (валовой доход). За счет валового дохода взимаются по установленным ставкам налог на добавленную стоимость, акцизы и некоторые другие обязательные платежи. Следовательно, для определения валового дохода от реализации товаров, остающегося в распоряжения торгового предприятия, следует из общей его суммы вычесть перечисленные выше налоги и другие обязательные платежи.

Таким образом, валовой доход торгового предприятия — это выручка от реализации товаров и услуг (товарооборот) за вычетом затрат на оплату стоимости полученных от поставщиков товаров.

Валовой доход состоит из трех частей:

• сумма денежных средств, полученных от реализации товаров, за счет разности между ценой продажи товаров (товарооборотом) и ценой их приобретения. Эта часть валового дохода представляет собой торговую надбавку;

• поступления за оказанные услуги и выполненные работы (подгонка верхней одежды, раскрои тканей, доставка товаров на дом и др.);

• прочие доходы от неосновной деятельности (сальдо доходов и расходов от внереализационных операции, реализации излишков оборудования, передачи временно не используемых помещений и объектов мелкорозничной сети в аренду, доходы от долевого участия в деятельности других предприятии, от ценных бумаг, принадлежащих предприятию, и др.).

Валовой доход измеряется двумя показателями:

- в абсолютной сумме

- в % к товарообороту

 ∑ ВД

Увд=———————— × 100

 Товарооборот

Уровень валового дохода является качественным показателем. Он показывает сколько валового дохода (надбавок) получено на один рубль товарооборота.

На валовой доход влияют следующие факторы:

- объем товарооборота - чем больше сумма товарооборота, тем больше сумма валового дохода. И наоборот.

- размер торговых надбавок – чем больше в % торговые надбавки, тем больше сумма валового дохода. И наоборот.

- структура товарооборота (ассортимент) – чем больше в товрообороте доля товаров с высоким % торговых надбавок, тем больше сумма валового дохода. И наоборот.

Целью составления плана валового дохода является определение необходимой суммы валового дохода.

Планирование осуществляется двумя методами:

- нормативный – при этом используются данные (нормы) объема товарооборота в целом по предприятию и по отдельным товарным группам.

- экономико-статистический

Порядок расчета нормативным методом:

1. Определяется сумма валового дохода по каждой товарной группе

 Товарооборот без НДС × % Торговой надбавки

∑ВД= —————————————————————————

 100 + % торговой надбавки

1. Определить общую сумму валового дохода путем сложения по всем товарным группам
2. Определить плановый уровень валового дохода в целом по предприятию

 Валовой доход

Увд=————————— × 100

 Товарооборот

Именно рыночный подход позволяет торговому предприятию установить конкурентоспособную цену и реализовать товар, тем самым возместить затраты на закупку и реализацию товаров и получить прибыль. Отсюда вытекает, что размер торговой надбавки должен быть достаточным для покрытия издержек обращения, уплаты налогов и получения прибыли.

1.5 Прибыль, ее значение. Виды прибыли

Значение показателя прибыли можно рассмотреть, с одной стороны, как наиболее общий результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия, с другой стороны, как форма денежного накопления коммерческой фирмы.

Прибыль предприятия призвана выполнять ряд определенных функций.

Во-первых, прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия.

С другой стороны прибыль выполняет стимулирующие функции. Так как прибыль одновременно является финансовым результатом и основным элементом собственных средств предприятия, то реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью.

Значение прибыли в условиях рыночной экономики состоит в том, что она нацеливает товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижает затраты на производство и реализацию продукции. Этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей.

Как отмечалось ранее, главным показателем оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности коммерческой фирмы, является прибыль.

В практике хозяйственной деятельности предприятия различают несколько видов прибыли: прибыль от продаж, бухгалтерская прибыль, чистая прибыль.

Прибыль от продаж показывает результат от основной деятельности предприятия:

Пп = ВД – ИО

Бухгалтерская прибыль – прибыль с учетом прочих доходов и расходов:

Пбух.=Пп+Пд-Пр

есть конечный финансовый результат

К прочим доходам относят:

- доходы от сдачи аренды имущества

- штрафы, пени полученные от партнеров за нарушение хозяйственного договора

- доходы от продажи имущества

- положительные курсовые разницы

- кредиторская задолженность списанная по истечении срока исковой давности. и др.

К прочим расходам относят:

- налоги уплаченные по законодательству

- проценты за пользование кредитами и займами

- штрафы, пени

- потери в результате стихийных бедствий и других чрезвычайных бедствий. и др.

Чистая прибыль - остающуюся в распоряжении предприятия после уплаты в бюджет штрафов, пошлин и платежей на право торговли.

Пчистая = Пбух – Налог на прибыль

Показатели прибыли являются важнейшими для оценки хозяйственной деятельности предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансовое благополучие. Результативность деятельности предприятия оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей. Относительными показателями является система показателей рентабельности, которые отражают уровень прибыльности относительно определенной базы

2. Расчет экономических показателей торговой организации на планируемый год

СВЕДЕНИЯ О МАГАЗИНЕ.

Продовольственный магазин « Пятерочка» № 51 с универсальным ассортиментом товаров. Площадь торгового зала магазина – 1105 кв.м.

1. Планирование показателей товарооборота.

* 1. Определите общий объем товарооборота на планируемый год и распределите его по кварталам на основании следующих данных:

- в планируемом году общий объем товарооборота увеличится на 11.5 %.

- при распределении товарооборота по кварталам необходимо учесть, что удельный вес товарооборота 1 квартала уменьшится на 0,4 %, II квартала на 0.8 %, удельный вес III квартала увеличится на 1,2 % (размеры изменения), удельный вес IV квартала определяется расчетным путем.

Расчеты плана товарооборота оформите в таблице 1.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Кварталы | Текущий год | Планируемый год | План в % к товарообороту текущего года |
| Товарооборот, т.р. | Удельный вес, % | Товарооборот, т.р. | Удельный вес, % |
| I | 39820,3 | 24.35 | 43675.25 | 23.95 | 109.68 |
| II | 33507,8 | 20.48 | 35888.48 | 19.68 | 107.1 |
| III | 41113,1 | 25.14 | 48033.67 | 26.34 | 116.83 |
| IV | 49110,5 | 30.03 | 54762.75 | 30.03 | 111.51 |
| ИТОГО | 163551,7 | 100 | 182360.15 | 100 | 111.5 |

1) План.Товарооборот=(163551,7\*111,5):100=182360,15т.р.

2) Уд. вес текгода I квартала.=(39820,3:163551,7)\*100=24,35%

3) Уд. вес план. года I квартала =24,35-0,4=23,95%

4) План. Товарооборот I квартала =(23,95:100\*182360,15) =43675,25т.р.

5) % к Товарообороту I квартала =(43675,25:39820,3)\*100=109,68%

И так по каждой группе.

6) Общий % к Товарообороту=(182360,15:163551,7)\*100=111,5%

1.2 План товарооборота по товарным группам разработайте на основании следующих данных:

Мясо и мясопродукты. За счет увеличения объема поставок товарооборот увеличится на 3 %

Рыба и рыбопродукты. За счет увеличения объема поставок и расширения ассортимента объем товарооборота увеличится на 5 %.

Молоко и молочные продукты. Численность обслуживаемого населения увеличится на 2 %, среднедушевое потребление увеличится на 1,5 %, средняя цена возрастет на 5 %.

Кондитерские изделия. Численность обслуживаемого населения увеличится на 2 %, средняя цена возрастет на 8 %.

Мука, крупа, макаронные изделия. Объем товарооборота увеличится на 1900,7 тыс. руб.

Овощи. Объем товарооборота намечено увеличить на 6 %.

Фрукты. Объем товарооборота определите расчетным путем.

Результаты расчетов внесите в таблицу 2.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товарная группа | Товарооборот текущего года, т.р. | План товарооборота, т.р. | План в % к товарообороту текущего года |
| Мясо и мясопродукты | 35127,6 | 36181,43 | 103 |
| Рыба и рыбопродукты | 21086,1 | 22140,4 | 105 |
| Молоко, молочные продукты | 24158,2 | 26261,53 | 108,7 |
| Кондитерские изделия | 20147,9 | 22194,93 | 110,1 |
| Мука, крупа, макароны | 8918,3 | 10819 | 121,3 |
| Овощи | 13105,9 | 13892,25 | 106 |
| Фрукты | 41007,7 | 50870,61 | 124,05 |
| ИТОГО | 163551,7 | 182360,15 | 111,5 |

1) План. Товарооборот по мясу и мясопродуктам=35127,6\*1,03=36181,43т.р.

2) Уровень план. Товарооборота по мясу и мясопродуктам =(36181,43:35127,6)\*100=103%

3) Индекс=1,02\*1,015\*1,05=1,09

4) План. Товарооборот по молоку и молочным продуктам=24158,2\*1,09=22140,4т.р

5) План. Товарооборот по муке, крупам, макаронным изделиям =8918,3+1900,7=10819т.р

И так по каждой группе.

6) Общий Уровень план. Товарооборота = (182360,15:163551,7)\*100=111,5%

1.3. По данным табл. 3 рассчитайте норматив товарных запасов в сумме и в днях в целом по торговой организации.

При расчетах удельный вес товарооборота IV квартала по всем товарным группам взять из таблицы 1.

Плановые расчеты оформите в таблице 3.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товарные группы | План товарооборота  | Норматив товарных запасов, дни | Норматив товарных запасов, т.р. |
| IV квартал | Однодневный товарооборот, т.р. |
| Мясо и мясопродукты | 10865,28 | 120,73 | 5 | 603,63 |
| Рыба и рыбопродукты | 6648,76 | 73,88 | 9 | 664,87 |
| Молоко, молочные продукты | 7886,34 | 87,63 | 10 | 876,26 |
| Кондитерские изделия | 6665,14 | 74,05 | 35 | 2591,99 |
| Мука, крупа, макароны | 3248,95 | 36,1 | 35 | 1263,48 |
| Овощи | 4171,85 | 46,35 | 6 | 278,12 |
| Фрукты | 15276,44 | 169,74 | 7 | 1188,17 |
| ИТОГО | 54762,76 | 608,48 | 12,29 | 7466,52 |

1) План Товарооборота за IV квартал по мясу и мясопродуктам = (30,03:100)\*36181,43=10865,28т.р.

2) Однодн.Товарооборот за IV квартал по мясу и мясопродуктам = 10865,28:90=120,73т.р

3) Норматив тов.запасов за IV квартал по мясу и мясопродуктам = 120,73\*5=603,63т.р.

4) Норматив тов.запасов общий в днях =7466,52:608,48=12,27

1.4. На основе данных о плане товарооборота по общему объему и по товарным группам, товарных запасов на начало и конец планируемого года составьте товарный баланс товарооборота и определите необходимое поступление товаров, используя формулу товарного баланса:

Зн + П = Р + Зк

Плановые расчеты оформите в таблице 4.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Товарные группы | Потребность в товарах | Источники товарного обеспечения |
| План, товарооборот | Норматив товарных запасов | Всего | Тов. запасы на начало планируемого года | План поступления |
| Мясо и мясопродукты | 36181,43 | 603,63 | 36785,06 | 501 | 36284,06 |
| Рыба и рыбопродукты | 22140,4 | 664,87 | 22805,27 | 601 | 22204,27 |
| Молоко, молочные продукты | 26261,53 | 876,25 | 27137,79 | 722 | 26415,79 |
| Кондитерские изделия | 22194,93 | 2592 | 24786,93 | 2443 | 22343,93 |
| Мука, крупа, макароны | 10819 | 1263,48 | 12082,48 | 1332 | 10750,48 |
| Овощи | 13892,25 | 278,12 | 14170,37 | 192 | 13978,37 |
| Фрукты | 50870,61 | 1188,17 | 52058,78 | 577 | 51481,78 |
| ИТОГО | 182360,15 | 7466,52 | 189826,67 | 6368 | 183458,67 |

1 Расчеты этой таблицы вычисляются по формуле:

П=Р+Зк-Зн

2) Зн+П=6368+183458,67=189826,67т.р.

3) Р+Зк=182360,15+7466,52=189826,67т.р.

2.1. Рассчитайте численность продавцов-кассиров на основе следующих данных: площадь торгового зала магазина – 1105 кв.м., часы работы – с 8 до 20 часов, без обеда и выходных, норма площади на одно условное рабочее место – 20 кв.м., время на подготовку рабочих мест – 30 мин. в день.

Расчет численности продавцов-кассиров

1)1105:20=55,25(кв.м)

2)20-8=12(часов)

3)12\*7=84(часы раб.магазина в неделю)

4)0,5\*7=3,5(время на подготовку раб.местза неделю)

5)365-104-11=250(полн.Фонд раб.времени)

6)250-13-9=2289(фактич.Фонд)

7)250:228=1,096(коофициент раб.времени)

8)55,25\*(84+3,5):40=120,8(явочная численность)

9)120,8\*1,096=132(средне списочная продавцов)

Расчеты оформите в таблице 5

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование должностей | Количество работников | Должностные оклады, руб. | Месячный фонд оплаты труда, руб. | Годовой фонд оплаты труда, руб. |
| Персонал управления и специалисты |  |  |  |  |
| Генеральный директор | 1 | 9500 | 9500 | 114000 |
| Коммерческий директор | 1 | 7500 | 7500 | 90000 |
| Менеджер по закупкам | 3 | 5200 | 15600 | 187200 |
| Главный бухгалтер | 1 | 7500 | 7500 | 90000 |
| Бухгалтер | 2 | 6000 | 12000 | 144000 |
| Итого | 8 | 35700 | 52100 | 625200 |
| Торгово-оперативный персонал |  |  |  |  |
| Заведующий секцией | 12 | 7000 | 84000 | 1008 |
| Продавец-кассир | 132 | 6000 | 792000 | 9504 |
| Итого | 144 | 13000 | 876000 | 10512 |
| Вспомогательный персонал |  |  |  |  |
| Уборщик | 6 | 2000 | 12000 | 144000 |
| Грузчик | 4 | 4000 | 16000 | 192000 |
| Итого | 10 | 6000 | 28000 | 336000 |
| Всего | 162 | 54700 | 956100 | 971712 |
| Фонд оплаты труда на выплату премий и вознаграждений | - | - | 291682 | 3500184 |
| Итого фонд оплаты труда | - | - | 1247782 | 14973384 |
| Фонд оплаты труда в % к т/об | - | - | - | 8% |

2.2 Рассчитайте сумму и уровень фонда оплаты труда с учетом следующих условий: штатного расписания работников магазина; установленных в Положении о премировании размеров премий и вознаграждений: персонал управления и специалисты – 42 % от оклада, торгово-оперативный персонал – 30 % от оклада, вспомогательный персонал 25 % от оклада.

Расчет суммы и уровня ФОТ

1) Расчет премий и вознаграждений месячный=(52100\*42):100=21882

И так по каждой группе.

2) ФОТ на выплату премий и вознаграждений месячный=21882+262800+7000=291682

3) Итоговый ФОТ 956100+291682=1247782р.

4) Расчет премий и вознаграждений годовой=291682\*12=3500184р.

5) сумма ФОТ=1247782\*12=14973384р.

6) Уфот=(14973384:182360150)\*100=8%

3. Планирование издержек обращения

Рассчитайте сумму и уровень издержек обращения по отдельным статьям и по общему объему с учетом данных текущего года, предполагаемых изменений суммы и уровня расходов по отдельным статьям, норм расходов, установленных законодательством.

Расчеты оформите в таблице 6.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование статей издержек обращения | Текущий год | Планируемый год |
| Сумма, тыс.руб. | Уровень, % | Сумма, тыс. руб. | Уровень, % |
| 1. Транспортные расходы | 4350,6 | 2,6 | 4559 | 2,5 |
| 2. Расходы на оплату труда | 12600,7 | 8 | 14973,4 | 8,2 |
| 3. Отчисления на социальные нужды | 3996,2 | 2,4 | 3893,1 | 2,1 |
| 4.Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря. | 12270,8 | 7,5 | 11718,6 | 6,4 |
| 5. Амортизация основных средств. | 1513,2 | 0,9 | 1332 | 0,7 |
| 6. Расходы на ремонт основных средств. | 2477,9 | 1,5 | 2477,9 | 1,3 |
| 7. Износ санитарной и специальной одежды, других материалов. | 410,2 | 0,2 | 430,7 | 0,2 |
| 8. Расходы на топливо, газ, электроэнергию в производственных целях. | - | - | - | - |
| 9. Расходы на упаковку и хранение товаров. | 1199,4 | 0,7 | 1319,3 | 0,7 |
| 10. Расходы на рекламу | 3920,1 | 2,4 | 4923,7 | 2,7 |
| 11. Потери товаров и технологические отходы. | 82,1 | 0,05 | 91,2 | 0,05 |
| 12. Расходы на тару. | 967,8 | 0,6 | 1006,5 | 0,5 |
| 13. Прочие расходы. | 912,9 | 0,5 | 912,9 | 0,5 |
| ИТОГО | 44701,9 | 27,3 | 47638.3 | 25,8 |
| Товарооборот, к которому исчислен уровень издержек обращения. | 163551,7 | - | 182360,15 | - |

Транспортные расходы:

1) Уио на тек.год =(4350,6:163551,7)\*100=2,6%

2) Уио на план.год =(2.6\*(100-3.5)):100=2,5%

3) ∑ио на план.год=(182360,15\*2,5)\*100=4559т.р.

Расходы на оплату труда:

1) ∑ио переносится из таблицы №5

2) Уио рассчитывается по формуле

Отчисления на социальные нужды:

1) ∑ио на план.год=(14973,4\*26):100=3893,1т.р.

2) Уио на план.год=(3893,1:182360,15)\*100=2,1%

Расходы на аренду:

1)∑ио на план.год=12270,8-(0,045\*12270,8)=11718,6т.р.

Амортизация основных средств:

1) ∑ио на план.год=1513,2-181,2=1332т.р.

Расходы на ремонт основных средств:

1) ∑ио остается на уровне текущего года

Износ санитарной и спец.одежды:

1) ∑ио на план.год=410,2+(410,2\*0,05)=430,7т.р.

Расходы на упаковку и хранение товаров:

1) ∑ио на план.год=1199,4\*1,1=1319,3т.р.

Расходы на рекламу:

1) Уио на план.год=(2,4\*(100+14)):100=2,7%

2) ∑ио на план.год=(182360,15\*2,7):100=4923,7т.р.

Расходы на тару:

1) ∑ио на план.год=(967,8\*0,04)+967,8=1006,5т.р.

Итого по каждой группе вычисляется методом сложения.

Для расчета плана издержек обращения по статьям используйте следующие данные:

Статья 1. Уровень транспортных расходов намечено снизить за счет рационализации товаропотоков на 3.5 % (темп изменения).

Статья 2. Сумму и уровень расходов по оплате труда перенесите из плана по труду.

Статья 3. Расходы на социальные нужды рассчитываются исходя из планового фонда оплаты труда и действующей в соответствии с законодательством ставки ЕСН.

Статья 4. Сумма расходов по статье снизится на 4.5 % за счет изменения имущества организации.

Статья 5. Сумма расходов по амортизации основных средств уменьшится на 181.2 т.р.

Статья 6. Сумма расходов на ремонт основных средств останется на уровне текущего года.

Статья 7. Сумма расходов по статье возрастет на 5 %.

Статья 9. Расходы по статье увеличатся в 1,1 раза.

Статья 10. Уровень расходов на рекламу возрастет на 14 % (темп изменения).

Статья 11. Уровень расходов по статье не изменится.

Статья 12. Сумма расходов на тару увеличится на 4 %.

Статья 13. Сумма прочих расходов не изменится

4. Планирование валового дохода

На основе плана товарооборота и предполагаемого размера торговых надбавок по товарным группам рассчитайте плановые сумму и уровень валового дохода (НДС в соответствии с законодательством).

Расчеты оформите в таблице 7.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товарные группы | План товарооборота, тыс. руб. | Торговые надбавки, % | Торговые надбавки (валовой доход), т.р. |
| Мясо и мясопродукты | 36181,43 | 62 | 12588,4 |
| Рыба и рыбопродукты | 22140,4 | 44 | 6150,1 |
| Молоко, молочные продукты | 26261,53 | 35 | 6189,6 |
| Кондитерские изделия | 22194,93 | 55 | 6674,2 |
| Мука, крупа, макароны | 10819 | 30 | 2269,7 |
| Овощи | 13892,25 | 77 | 5494,1 |
| Фрукты | 50870,61 | 34 | 10938,5 |
| ИТОГО | 182360,15 | - | 50304,6 |

1) ВД мяса и мясопродуктов=((36181.43:1,1)\*62):162=12588,4 т.р.

2) ВД кондитерских изделий= ((22194,93:1,18)\*55):155=6674,2т.р.

5. Планирование прибыли и рентабельности

Рассчитайте прибыль от продаж, бухгалтерскую и чистую прибыль, рентабельность на планируемый год, исходя из запланированных показателей товарооборота, валового дохода и издержек обращения. При расчетах учтите следующие данные: налог на имущество организации на планируемый год 150 тыс. руб.; в планируемом году истекает срок исковой давности по невостребованной дебиторской задолженности в сумме 2235 руб., намечается получить доход от продажи торгового оборудования в сумме 1720 тыс. руб.; ставка налога на прибыль в соответствии с законодательством.

Расчеты оформите в таблице 8.

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели | Планируемый год |
| Товарооборот, тыс. руб. | 182360,15т.р. |
| Валовой доход, тыс. руб. | 50304,6т.р. |
| Уровень валового дохода, % | 27,6% |
| Издержки обращения, тыс. руб. | 179514,02т.р. |
| Уровень издержек обращения, % | 98,4% |
| Прибыль от продаж, тыс. руб. | -129209,42т.р. |
| Рентабельность, % | -70,8% |
| Прочие доходы, тыс. руб. | 1720т.р. |
| Прочие расходы, тыс. руб. | 3297,9т.р. |
| Бухгалтерская прибыль, тыс. руб. | -130787,32т.р. |
| Чистая прибыль, тыс. руб. | -- |

1. Увд=(50304,6:182360,15)\*100=27,6%
2. Уио=(179514,02:182360,15)\*100=98,4%
3. Пп=50304,6-179514,02= - 129209,42т.р.
4. Уп=(-129209,42\*100):182360,15= - 70,8%
5. Прочие расходы=912,9+150+2235=3297,9т.р.
6. Пбух=-129209,42+1720-3297,9= - 130787,32т.р.

# Заключение

В настоящее время основными экономическими показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельности торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Цель анализа объемных показателей деятельности - выявление, изучение и мобилизация резервов роста доходов, прибыли, повышения рентабельности при улучшении качества обслуживания покупателей. В процессе анализа проверяют степень выполнения планов по товарообороту, доходам, издержкам, прибыли, рентабельности, изучают их динамику, определяют и измеряют влияние факторов на результаты коммерческой деятельности предприятий, выявляют и мобилизуют резервы их роста, особенно прогнозные. Система экономических показателей деятельности коммерческой фирмы включает в себя:

* Товарооборот
* Валовой доход
* Издержки обращения
* Прибыль и рентабельность

По результатам проведенного нами анализа экономических и финансовых показателей деятельности продовольственного магазина «Пятерочка» №51 с универсальным ассортиментом товаров выявлено, что магазин работает в убыток. И его руководству следует снизить издержки обращения и повысить товарооборот за счет рекламных акций, снижения цен на не ходовые товары.

Используемая литература

1. «Экономика торгового предприятия» Москва 1987г. Ю.В.Лобовиков, Н.И.Пятыгина
2. «Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли» Питер 2009г. Под редакцией А.Н.Соломатина