**Министерство науки и образования Российской федерации**

**Федеральное агентство образования**

**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**Кафедра Финансов**

**Курсовая работа**

**По теме:**

**Распределение и использование валового дохода предприятия, проблемы и пути решения на примере мини- пекарни ООО «АЛИР».**

**Выполнила:**

 **Руководитель:**

**Новосибирск**

**2009**

**Содержание:**

[Введение](#_Toc245405251) 3

[Глава 1. Доход предприятия, его сущность и значение. 4](#_Toc245405252)

[Экономическая сущность валового дохода. 4](#_Toc245405253)

[Прибыль как мера эффективности работы предприятия. 7](#_Toc245405255)

[Глава 2. Прогноз формирования и распределения прибыли на примере ООО «Алир» 11](#_Toc245405256)

[Организационно- экономическая характеристика деятельности мини- пекарни ООО «АЛИР». 11](#_Toc245405257)

[Прогноз финансовых результатов. 12](#_Toc245405258)

[Прогноз денежных потоков 14](#_Toc245405259)

[Прогноз агрегированного баланса 16](#_Toc245405260)

[Глава 3.Основные резервы и пути увеличения дохода на предприятии 2](#_Toc245405261)1

[Проблемы совершенствования механизма формирования и распределения доходов предприятия. 22](#_Toc245405262)

[Заключение 25](#_Toc245405263)

***Список литературы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_27***

# Введение

Финансовый результат деятельности предприятий в конечном итоге характеризуется показателями прибыли (убытка). Известно, что без получения прибыли предприятие не может развиваться в рыночной экономике, за исключением организаций, финансируемых за счёт государства или других источников. Поэтому задача улучшения финансового результата является жизненно важной для хозяйствующего субъекта. Анализ финансовых показателей позволяет выявить возможности улучшения финансового положения и по результатам расчётов принять экономически обоснованные решения.

В условиях нестабильной, изменчивой среды большое значение в бизнесе имеет оперативная отдача капитала в виде денежных потоков. Поэтому у предпринимателей особый интерес вызывает информация об объектах вложений капитала с точки зрения их текущей эффективности. Основные денежные потоки организации формируются в виде валового дохода от продаж. Поэтому весьма актуальным представляются вопросы о том, какие из товарных запасов при используемых формах приобретения и расчётов являются наиболее выгодными в обороте? На каких товарах и формах товарных расчётов следует сконцентрировать оборотные вложения? А какие товары имеют меньшую отдачу и поэтому менее интересны? Решению этих вопросов способствует анализ валового дохода.

Валовой доход торговли: показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами по их приобретению Размер валового дохода является главным источником финансирования торговой деятельности. От него зависит размер прибыли и рентабельность организации.

*Задачами анализа валового дохода являются:*

1. Изучение динамических изменений валового дохода и его соотношений:
2. с товарооборотом;
3. с себестоимостью товаров;
4. с издержками товарного обращения.
5. Оценка изменений валового дохода по формам приобретения товаров.
6. Определение резервов роста валового дохода и эффективности торговли.

Основным показателем, определяющим размер валового дохода, является торговая надбавка к себестоимости товаров. Уровень надбавки устанавливается в зависимости от покупательского спроса, выраженного рыночными ценами на данный товар, себестоимости и издержек обращения этого товара.

В анализе следует измерить и оценить эффективность торговли по показателю валового дохода. Эффективность продаж по валовому доходу измеряют отношениями (уровнями) валового дохода к товарообороту, себестоимости товаров, издержкам товарного обращения. Анализ доходов, прибыли и рентабельности производственных предприятий всех форм собственности является составной частью анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий и одним из наиболее действенных инструментов учета и контроля уровня использования материальных, трудовых и денежных ресурсов в условиях рынка. Результаты данного анализа практически используются в планировании производства и оценке эффективности качества работы. Проведение анализа - одна из ключевых задач управления в экономической сфере. Содержание анализа доходов, прибыли и рентабельности производственных предприятий состоит в объективной оценке достигнутого уровня организации производства и выявлении резервов дальнейшего улучшения качественных и количественных показателей.

# Глава 1. Доход предприятия, его сущность и значение.

## Экономическая сущность валового дохода.

Нормальное функционирование предприятия возможно лишь при условии, что произведенная продукция (работы, услуги или результат любой другой деятельности) нашла на рынке спрос у покупателей (потребителей) и за нее были получены средства в виде денежного эквивалента. Эти средства, необходимые предприятию для поддержания процесса воспроизводства и пополнения финансовых ресурсов, представляют собой валовой доход предприятия. Валовой доход составляет порядка 80 % всех доходов предприятия, поэтому анализу именно этого показателя уделяется наибольшее внимание.

Валовой доход формируется из выручки от реализации  продукции (услуг, работ), включая всю её стоимость в текущих ценах - затраты овеществленного и живого труда и прибыль:

 (1)

где М - овеществленный труд (материальные затраты, амортизация)

ФОТ - фонд оплаты труда (зарплата и другое)

П - прибыль.

Валовой доход – показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи продукции над затратами по их изготовлению за определенный период времени. На предприятиях общественного питания валовой доход является финансовым результатом торгово-производственной деятельности, определяемым как превышение выручки от реализации продукции собственного производства над затратами по их приобретению за конкретный период времени.

Валовой доход представляет собой часть стоимости товаров, продукции и услуг, созданной в торговле и общественном питании и используемой для возмещения издержек и образования прибыли. В составе валового дохода выделяется чистая прибыль – это вновь созданная стоимость, состоящая из заработной платы, отчислений на социальные нужды (единый социальный налог), прибыли.

Валовой доход исчисляется в абсолютном и относительном выражении. Абсолютным показателем валового дохода выступает его сумма, а относительным – процентное отношение суммы валового дохода к розничному товарообороту, в оптовой торговле – к объему оптового товарооборота с участием в расчетах, в общественном питании – к валовому товарообороту.

Валовой доход по своему составу неоднороден. На предприятиях оптовой и розничной торговли наибольший удельный вес в нем имеют доходы от реализации товаров, а на предприятиях общественного питания – еще и доходы от реализации продукции собственного производства.

Валовой доход от реализации создается за счет торговых надбавок в оптовой и розничной торговле и наценок на продукцию собственного производства в общественном питании, являющихся особым структурным элементом цены товара (продукции) и отражающих долю предприятий в ее формировании.

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

Внешние границы формирования торговой надбавки (наценки) обусловлены складывающейся конъюнктурой на потребительском рынке. Нижний предел формирования торговой надбавки зависит от цены оптового предложения производителей и оптовых посредников. Верхним пределом формирования торговой надбавки (наценки) являются цены спроса покупателей товара (продукции). Внутренние границы формирования возможного диапазона торговой надбавки (наценки) обусловлены ее структурой, характеризующейся двумя основными элементами.

В настоящее время для формирования торговых надбавок (наценок) на товары. Реализуемые по свободным ценам. Используются два подхода - затратный и рыночный.

При *затратном* *подходе* величина торговых надбавок (наценок) в процентах к товарообороту определяется путем суммирования прогнозируемых уровня издержек, показателя рентабельности (прибыли в процентах к товарообороту).

В последние годы все шире применяется *рыночный подход* к установлению торговых надбавок (наценок), сущность которого состоит в том, что цена определяется рынком на основе спроса и предложения.

Объем валового дохода, получаемый в результате реализации товаров, продукции. Является основным источником прибыльной работы предприятий торговли и общественного питания, условием устойчивого их положения на рынке. Стремление наращивать валовой доход вызывает необходимость изучения факторов, его определяющих, с целью создания механизма управления валовыми доходами. Эти факторы весьма многообразны.

***Факторы, влияющие на валовой доход:***

Размер и уровень валового дохода формируется под воздействием следующих основных факторов:

1. Объем, состав и ассортиментная структура товарооборота.
2. Количество дополнительно предоставляемых услуг.
3. Звенность товародвижения.
4. Скорость обращения в торговых организациях и предприятиях.
5. Обоснованность и изменение среднего уровня торговых надбавок.
6. Увеличение объема товарооборота означает рост массы валового дохода: чем больше продается товаров, тем больше совокупная сумма торговых надбавок. Более того, и состав оптового товарооборота также влияет на объем валового дохода. Транзитный оборот образует меньший доход, чем складской, поскольку меньшие затраты торгового предприятия при такой форме продажи, как правило, обеспечивают необходимую эффективность деятельности при невысокой торговой надбавке. Дифференциация размера торговых надбавок по товарам и товарным группам, обусловленная различной издержкоемкостью реализации разных товарных групп, также влияет на объем товарооборота. Увеличение в товарообороте доли товаров с более высоким уровнем торговых надбавок, способствует повышению среднего уровня валового дохода. Уменьшение в удельного веса таких товаров в обороте снижает его размер.
7. Количество дополнительно предоставляемых услуг связано с объемом валового дохода прямопропорционально: чем больше реализуется дополнительных услуг, тем выше валовой доход конкретного торгового предприятия. Поступления за оказанные услуги в валовой доход колеблются от нуля до нескольких процентов в его общей сумме, но доля таких поступлений растет последнее время.
8. Звенность товародвижения влияет на валовой доход следующим образом: в целом по отрасли увеличение звенности товародвижения увеличивает сумму валового дохода. В случае же конкретного предприятия при увеличении звенности товародвижения перед попаданием товара в розничную сеть валовой доход конкретно взятого торгового предприятия уменьшается, то есть чем больше на пути движения товара будет промежуточных звеньев, тем выше затраты розничного звена.
9. Скорость товарного обращения влияет на величину валового дохода следующим образом: ускорение оборота увеличивает объем получаемых доходов, замедление оборота, наоборот, снижает объем получаемых доходов.
10. Обоснованность установления уровня торговых надбавок означает, что при установлении торговой надбавки торговые предприятия, с одной стороны, не должны допускать потерь в объеме дохода, с другой стороны, сохранять конкурентоспособные цены.

***Способы расчета валового дохода торгового предприятия:***

Валовые доходы от реализации товаров в процессе управления ими выражаются следующими основными показателями:

1. Абсолютной суммой валовых доходов от реализации товаров - она характеризует общий размер торговых надбавок, полученных в процессе реализации товаров в определенном периоде.

1. Уровнем валовых доходов от реализации товаров. Только показатель абсолютной суммы доходов не может дать объективной картины функционирования торгового предприятия. Поэтому на практике используют относительный показатель, в состав которого входит абсолютная сумма валовых доходов. Он определяется по формуле:

# Увд = (ВД/ТО)\*100 (2)

где Увд - уровень доходов от реализации товаров, в %,

ВД - общая сумма доходов от реализации товаров в определенном периоде;

ТО - общий объем реализации товаров в этом же периоде ( в общественном питании - весь товарооборот в продажных ценах (валовому).

Существует несколько способов расчета валового дохода, основными из них являются:

1. по общему товарообороту;
2. по ассортименту товарооборота;
3. по среднему проценту;

**Расчет валового дохода по товарообороту.**

При способе расчета по товарообороту валовой доход от реализации товаров (ВД) рассчитывается по формуле:

ВД = ТО\*РН / 100, (3)

где ТО - общий товарооборот,

РН - расчетная торговая надбавка.

В свою очередь:

РН = ТН / (100 + ТН), (4)

где ТН - торговая надбавка, %.

Способ расчета валового дохода по общему товарообороту используется в том случае, когда на все товары применяется одинаковый процент торговой надбавки.

**Расчет валового дохода по ассортименту товарооборота.**

Валовой доход по ассортименту товарооборота определяется по формуле:

ВД = (ТО1\*РН1 + ТО2\*РН2 + ... +ТОn\*РНn) / 100, (5)

где ТОi - товарооборот по группам товаров,

РНi - расчетная торговая надбавка по группам товаров.

Способ расчета валового дохода по ассортименту товарооборота используется, если для различных групп товаров применяются разные размеры торговой надбавки.

**Расчет валового дохода по среднему проценту.**

Валовой доход по среднему проценту рассчитывается по формуле:

ВД = ТО\*П / 100, (6)

где П - средний процент валового дохода.

В свою очередь:

П = (ТНн + ТНп - ТНв) / (ТО + ОК)\*100 (7)

где ТНн - торговая надбавка на остаток товаров на начало отчетного периода;

ТНп - торговая надбавка на товары, поступившие за отчетный период;

ТНв - торговая надбавка на выбывшие товары. Под выбытием товаров в данном случае понимается так называемый документальный расход (возврат товаров поставщикам, списание порчи товаров и другое).

ОК - остаток товаров на конец отчетного периода.

Этот способ расчета валового дохода по среднему проценту наиболее прост и может применяться в любой организации.

## Прибыль как мера эффективности работы предприятия.

Прибыль - это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Прибыль - один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли осуществляются финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию предприятий, увеличение фонда оплаты труда их работников.

Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятий, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Основными функциями, которые выполняет прибыль предприятия, являются:

1. Оценочная. Она дает возможность дать оценку эффективности работы предприятия.
2. Распределительная. Ее сущность заключается в том, что прибыль предприятия является инструментом распределения доходов.
3. Стимулирующая. Ее сущность заключается в том, что прибыль используется как в интересах предприятия, так и в интересах его работников.

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к тому объему прибыли, который позволял бы ему не только прочно удерживать свои позиции на рынке сбыта своих товаров и оказания услуг, но и обеспечивать динамичное развитие его производства в условиях конкуренции. В конечном итоге это предполагает знание источников формирования прибыли и нахождение методов по лучшему их использованию.

 В условиях рыночных отношений, как свидетельствует мировая практика, имеются три основных источника получения прибыли:

 **первый** источник образуется за счет монопольного положения предприятия по выпуску той или иной продукции или (и) уникальности продукта. Поддержание этого источника на относительно высоком уровне предполагает постоянное обновление продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий;

 **второй** источник связан непосредственно с производственной и предпринимательской деятельностью. Здесь все сводится к проведению соответствующего маркетинга. Величина прибыли в данном случае зависит, во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом); во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставки, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.); в-третьих, от объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); в-четвертых, от структуры снижения издержек производства;

 **третий** источник проистекает из инновационной деятельности предприятия. Его использование предполагает постоянное обновление выпускаемой продукции, обеспечение ее конкурентоспособности, рост объемов реализации и увеличение массы прибыли.

***Факторы, влияющие на прибыль можно разделить на внешние и внутренние.***

К внешним факторам относятся:

* политическая стабильность;
* состояние экономики;
* демографическая ситуация;
* конъюнктура рынка, в том числе рынка потребительских товаров;
* темпы инфляции;
* ставка процента за кредит.

К внутренним факторам относятся:

* объем валового дохода (и, соответственно, факторы, его определяющие);
* производительность труда работников;
* скорость оборачиваемости товаров;
* наличие собственных оборотных средств;
* эффективность использования основных фондов.

 Конечным финансовым результатом хозяйственной деятельности предприятия является балансовая прибыль. **Балансовая прибыль** – это сумма прибылей (убытков) предприятия, как от реализации продукции, так и доходов (убытков), не связанных с ее производством и реализацией. Под реализацией продукции понимается не только продажа произведенных товаров, имеющих натурально-вещественную форму, но и выполнение работ, оказание услуг. Балансовая прибыль как конечный финансовый результат выявляется на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций предприятия и оценки статей баланса. Использование термина «балансовая прибыль» связано с тем, что конечный финансовый результат работы предприятия отражается в его балансе, составляемом по итогам квартала, года.

 Балансовая прибыль включает три укрупненных элемента: прибыль (убыток) от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг; прибыль (убыток) от реализации основных средств, их прочего выбытия, реализации иного имущества предприятия; финансовые результаты от внереализационных операций.

 Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) характеризует чистый доход, созданный на предприятии. Остальные элементы балансовой прибыли отражают в основном перераспределение ранее созданных доходов.

 Рассмотрим подробно все составные части балансовой прибыли. *Прибыль (убыток) от* *реализации продукции (работ, услуг)* – это финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия, которая может осуществляться в любых видах, зафиксированных в его уставе и не запрещенных законом. Он равен разнице между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в действующих ценах и затратами на ее производство и реализацию.

 Выручка принимается в расчет без налога на добавленную стоимость и акцизов, которые, являясь косвенными налогами, поступают в бюджет. Из выручки также исключается сумма наценок (скидок), поступающая торговым и снабженческо-сбытовым предприятиям, участвующим в сбыте продукции.

 По реализации продукции, имеющей натурально-вещественную форму, расчет прибыли ведется исходя из выручки и полной себестоимости продукции, определяемых на объем реализуемой продукции. В натуральном выражении он включает остатки готовой продукции на начало отчетного периода, не реализованные в предшествующем периоде, и выпуск товарной продукции отчетного периода за минусом той части продукции, которая не может быть реализована в конце отчетного периода. Под периодом понимается квартал или год.

 *Прибыль от выполнения работ и сказанию услуг* рассчитывается аналогично прибыли от реализации продукции. Формирование выручки тесно связано с особенностями выполняемых работ и услуг и применяемыми формами расчетов.

 *Прибыль (убыток) от реализации основных средств*, *их прочего выбытия, реализации иного имущества предприятия* – это финансовый результат, не связанный с основными видами деятельности предприятия. Он отражает прибыли (убытки) по прочей реализации, к которой относится продажа на сторону различных видов имущества, числящегося на балансе предприятия.

 Финансовый результат имеет место только при продаже перечисленных видов имущества, а также при прочем выбытии недоамортизированных объектов в некоторых случаях. При реализации основных фондов финансовый результат определяется как разница между продажной ценой реализованных на сторону основных средств и их остаточной стоимостью с учетом понесенных расходов по реализации.

 *Финансовые результаты от внереализационных операций* – это прибыль (убыток) по операциям различного характера, не относящимся к основной деятельности предприятия и не связанные с реализацией продукции, основных средств, иного имущества предприятия, выполнением работ, оказанием услуг. Финансовый результат определяется как доходы (убытки) за минусом расходов по внереализационным операциям.

 Перечень внереализационных прибылей (убытков) предприятия разнороден и довольно обширен. Значительный удельный вес могут составлять доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений и доходы от сдачи имущества в аренду (они учитываются в составе внереализационных прибылей, если сдача имущества в аренду не является основной деятельностью предприятия).

 Финансовые вложения означают такое размещение собственных средств предприятия в деятельность других предприятий, которое дает возможность получить доходы. Под долгосрочными финансовыми вложениями понимаются затраты средств в уставный капитал других предприятий (товариществ, акционерных обществ, совместных, дочерних предприятий), приобретению акций и других ценных бумаг, предоставление средств взаймы на срок более года. К формам краткосрочных финансовых вложений относятся приобретение краткосрочных казначейских обязательств, облигаций и других ценных бумаг, предоставление средств взаймы на срок менее года.

 Доходы от долевого участия в уставном капитале другого предприятия представляют часть его чистой прибыли, которая поступает учредителю в заранее оговоренном размере или в виде дивидендов по акциям, пакетом которых владеет учредитель. Доходами от ценных бумаг являются проценты по облигациям, краткосрочным казначейским обязательствам, дивиденды по акциям.

 Доходы от сдачи имущества в аренду формируются из получаемой арендной платы, которую арендатор платит арендодателю.

 В состав внереализационных прибылей (убытков) также входит сальдо полученных и уплаченных штрафов, пени, неустоек и других видов санкций (кроме санкций, уплачиваемых в бюджет и ряд внебюджетных фондов в соответствии с законодательством); другие доходы и расходы (убытки, потери).

 К таким доходам относятся:

 прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году (например, суммы, поступившие от поставщиков по перерасчетам за услуги и материальные ценности, полученные и израсходованные в прошлом году; суммы, полученные от покупателей, заказчиков по перерасчетам за реализованную в прошлом году продукцию и др.);

 доходы от дооценки товаров;

 поступление сумм в счет погашения дебиторской задолженности, списанной в прошлые годы в убыток;

 положительные курсовые разницы по валютным счетам и операциям в иностранной валюте;

 проценты, полученные по денежным средствам, числящимся на счетах предприятия.

 К расходам и потерям относятся:

 убытки по операциям прошлых лет, выявленные в отчетном году, от уценки товаров, списания безнадежной дебиторской задолженности;

 недостачи материальных ценностей, выявленные при инвентаризации;

 затраты по аннулированным производственным заказам и на производство, не давшее продукции, исключая потери, возмещаемые заказчиками (при этом вычитается стоимость используемых материальных ценностей);

 отрицательные курсовые разницы по валютным счетам и операциям в иностранной валюте;

 некомпенсируемые потери от стихийных бедствий с учетом затрат по предотвращению или ликвидации последствий стихийных бедствий (при этом исключается стоимость полученного металлолома, топлива, других материалов);

 некомпенсируемые убытки в результате пожаров, аварий, других чрезвычайных событий, вызванных экстремальными ситуациями;

 затраты на содержание законсервированных производственных мощностей и объектов, за исключением затрат, возмещаемых из других источников;

 судебные издержки и арбитражные сборы и др.

 При рассмотрении прибыли как конечного финансового результата хозяйственной деятельности следует иметь в виду, что не вся получаемая прибыль остается предприятию, так как подвергается обложению налогом.

Для исчисления облагаемой налогом прибыли валовая прибыль увеличивается на сумму превышения расходов по оплате труда работников предприятия, занятых в основной деятельности, в составе себестоимости продукции (работ, услуг) по сравнению с их нормативной величиной.

 Таким образом, прибыль является основным побудительным мотивом организации производственной и хозяйственно-коммерческой деятельности предприятия.

# Глава 2. Прогноз формирования и распределения прибыли на примере ООО «Алир»

## Организационно- экономическая характеристика деятельности мини- пекарни ООО «АЛИР».

Объектом нашего исследования является ООО «АЛИР», которое было зарегистрировано 18 февраля 2009 года. В соответствии с Учредительными документами в 2009 году оформлена лицензия на право деятельности и организации розничной торговли. ООО «АЛИР» является юридическим лицом и создано без ограничения срока действия. Основной его целью является получение прибыли.

На сегодняшний день оно имеет один павильон( киоск) , который был открыт в г. Бердске, ул. Рогачева 6, это продовольственный киоск , реализующий большое количество товаров мини пекарни ООО « АЛИР». Магазин работает с 8:00 до 18:00. Также мини- пекарня поставляет свою свежую выпечку в супермаркеты города Новосибирска и Первомайского района, Искитимского района.

Форма продажи не предполагает свободный доступ покупателей к товарам. Он находится в спальном районе, где также располагается большое количество мелких продовольственных магазинчиков, которые не являются серьезными конкурентами из-за крайне узкого ассортимента.

ООО «АЛИР» почти не пользуется кредитами. Сырье мини- пекарня закупает с расчетного счета ( пользуется в основном безналичными расчетами с теми магазинами, которым предоставляет свежую выпечку). Задолженности перед бюджетом, внебюджетными органами нет, заработная плата выдается вовремя. ООО « АЛИР» является обществом с ограниченной ответственностью, акции которого распространяются только среди его учредителей .

Компания имеет следующую организационную структуру.

Директор

Менеджеры

Заместитель директора по производству

 (зав. Хоз.)

Главный бухгалтер

Юридический консультант

Более подробная информация о составе и численности предприятия представлена в таблице.

|  |
| --- |
| Информация о численности предприятия |
|   | 2009г. |
|   | чел. | % |
| Численность ср.сп. | 17 | 100 |
| в т.ч. |  |  |
| управленческий персонал | 4 | 24 |
| основной персонал (пекари) | 10 | 59 |
| вспомогательный песронал(кондитеры) | 3 | 17 |

## Прогноз финансовых результатов.

На плановый период в соответствии с утвержденной стратегией развития организации установлены несколько стратегических целей в области маркетинга:

* Увеличение объема продаж – не менее 7% (а именно, 7,4%);
* Улучшение ассортимента за счет увеличения доли продукции с высоким маржинальным доходом;
* Уменьшение постоянных расходов на 2%

**Бухгалтерский баланс организации на 01.01 (базовый вариант).**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **АКТИВ** | **Стоимость** | **ПАССИВ** | **Стоимость** |
| I.Внеоборотные активы |  | III.Капитал и резервы |  |
| Основные средства | 900 | Уставный капитал | 1650,7 |
| Итого по разделу | 900 | Добавочный капитал | 0 |
|   |  | Итого по разделу | 1650,7 |
| II.Оборотные активы |  |   |  |
| запасы | 400 | IV.Долгосрочные обязательства | 0 |
| НДС | 40 | Итого по разделу | 0 |
| дебиторская задолженность | 960 |   |  |
| денежные средства | 23,4 | V. Краткосрочные обязательства |  |
| Итого по разделу | 1423,4 | Кредиторская задолженность |  |
| Баланс | 2323,4 | в том числе:  |  |
|   |  | поставщикам | 240 |
|   |  | по оплате труда | 75 |
|   |  | задолженность перед бюджетом | 153 |
|   |  | прочие кредиторы | 204,7 |
|   |  | Итого по разделу | 672,7 |
|   |  | Баланс | 2323,4 |

**Структура себестоимости и финансовые результаты организации.**

**Таблица 1.1.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели** | Данные за прошлый год | Данные по прогнозу |
| Выручка от ПРОДАЖ | 4750 | 5101,5 |
| Себестоимость (полная), в т.ч. | 4611 | 4724,83 |
| Переменные расходы | 2895 | 3048,83 |
| Валовой маржинальный доход | 1855 | 2052,7 |
| Постоянные расходы | 1716 | 1676 |
| в том числе: |  |  |
| Аренда | 730 | 730 |
| Заработная плата | 270 | 270 |
| Коммунальные расходы | 238 | 238 |
| Расходы на рекламу | 200 | 200 |
| Прочие расходы | 140 | 100 |
| Амортизация | 138 | 138 |
| **Прибыль от продаж** | 139 | 376,67 |
| Внереализационные расходы | 60 | 88 |
| Прибыль (убыток) отчётного периода | 79 | 288,67 |
| Налог на прибыль(24%) | 18,96 | 69,2808 |
| **Чистая прибыль** | 60,04 | 219,3892 |

**Себестоимость = Выручка – Прибыль от продаж (5101,5 – 376,67)**

Переменные расходы найдем как разницу между себестоимостью и постоянными расходами (4724,8 – 1676), валовой маржинальный доход – это разница между выручкой и переменными расходами (5101,5-3048,8).

Прибыль/убыток отчетного периода = Прибыль от продаж – Внереализационные расходы, налог на прибыль = 24% от прибыли, а чистая прибыль = прибыль – налог.

Рассчитаем финансовые результаты по прогнозным показателям, необходимые данные возьмем из табл. 1.1. Расчеты представлены в таблице:

**Проект финансовых результатов в рамках текущего прогноза нарастающим итогом (форма № 2)**

Таблица 1.2.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | за 1 квартал | полугодие | за три квартала | за год |
| Выручка от реализации | 1275,4 | 2550,7 | 3826,1 | 5101,5 |
| Себестоимость | 1181,2 | 2362,4 | 3543,6 | 4724,8 |
| Прибыль от реализации | 94,1675 | 188,335 | 282,5025 | 376,67 |
| Внереализационные расходы | 22 | 44 | 66 | 88 |
| Прибыль (убыток) отчётного периода | 72,1675 | 144,335 | 216,5025 | 288,67 |
| Налог на прибыль (24%) | 17,3202 | 34,6404 | 51,9606 | 69,2808 |
| Нераспределённая прибыль отчётного периода (чистая прибыль) | 54,8473 | 109,6946 | 164,5419 | **219,3892** |

## Прогноз денежных потоков

Во втором разделе финансового плана представим прогноз движения денежных средств по текущей деятельности.

Рассчитываем объемы отгрузки продукции покупателям. Для этого сначала рассчитываем общий объем путем прибавления НДС к выручке от продаж (5101,5\*1,18), а затем распределим общий объем отгрузки произвольно по кварталам (табл. 2.1.).

**Планируемый объём отгрузки продукции**

Таблица 2.1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Отгружено продукции покупателям: | за 1 квартал | За 2-й квартал | за 3-й квартал | за 4-й квартал | итого |
| покупателю А | 675,3 | 805 | 975,5 | 744,9 | 3200,7 |
| покупателю Б | 529 | 805 | 825 | 660 | 2819 |
| **итого** | **1204,3** | **1610** | **1800,5** | **1404,9** | **6019,7** |

Затем рассмотрим поступления денежных средств от покупателей. При этом учитывается схема оплаты товара покупателями:

* Покупатель А: платит 50% сразу и 50% во второй квартал;
* Покупатель Б: платит 60% сразу, 40% во второй квартал.

**Поступления денежных средств от покупателей за отгруженную продукцию**

Таблица 2.2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Источники поступления денежных средств | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал | Итого за год |
| **Дебиторская задолженность покупателей** |   |
| **А** |   |
| Сальдо на 01.01.= 500 |  |  |  |  |  |
| Оплата | 500 | 0 | 0 | 0 | 500 |
| **Б** |   |
| Сальдо на 01.01.=460 |  |  |  |  |  |
| Оплата | 252 | 168 | 40 | 0 | 460 |
| **Поступления денежных средств от покупателей за отгруженную продукцию** |  |
| **А(50:50)** |   |
| Отгрузка | 675,3 | 805 | 975,5 | 744,9 | 3200,7 |
| Оплата | 337,65 | 740,15 | 890,25 | 860,2 | 2828,25 |
| **Б(60:40)** |   |
| Отгрузка | 529 | 805 | 825 | 660 | 2819 |
| Оплата | 317,4 | 694,6 | 817 | 726 | 2555 |
| **Всего поступлений денежных средств** | **1407,05** | **1602,75** | **1747,25** | **1586,2** | **6343,25** |

В итоге получаем суммы денежных средств, поступающих за каждый квартал. Далее прогнозируем величины закупок организации у поставщиков. Для этого рассчитываем общий объем закупок: начисляем НДС на переменные расходы (3048,83\*1,18=3597,6), а затем распределяем по кварталам в той пропорции, в которой распределяли отгрузку продукции (табл. 2.1.).

**Прогноз величины закупок организации у поставщиков**

Таблица 2.3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставщик | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал | Итого за год |
| В | 718 | 449,7 | 640 | 350,9 | 2158,6 |
| Г | 361,28 | 449,7 | 259,4 | 368,62 | 1439 |
| **Итого**  | **1079,28** | **899,4** | **899,4** | **719,52** | **3597,6** |

Затем прогнозируем выплаты поставщикам (аналогично покупателям)

**Выплаты денежных средств поставщикам товаров**

Таблица 2.4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал | Итого за год |
| **Кредиторская задолженность поставщикам на 01.01** |  |
| **В** |  |
| Сальдо на 01.01.= 80 |  |  |  |  |  |
| Оплата | 80 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| Г |  |
| Сальдо на 01.01.= 160 |  |  |  |  |  |
| Оплата | 120 | 40 | 0 | 0 | 160 |
| **Выплаты денежных средств поставщикам**  |  |
| **В(50:50)** |  |
| Оприходовано | 718 | 449,7 | 640 | 350,9 | 2158,6 |
| Оплата | 359 | 583,85 | 544,85 | 495,45 | 1983,15 |
| **Г(80:20)** |  |
| Оприходовано | 361,28 | 449,7 | 259,4 | 368,62 | 1439 |
| Оплата | 289,02 | 72,26+359,76=432,02 | 297,46 | 346,68 | 1365,18 |
| **Всего выплаты денежных средств** | **848,02** | **1055,87** | **842,31** | **842,13** | **3588,33** |

###### Для следующего шага необходимо произвести расчет НДС к уплате в бюджет: вычитаем из НДС, начисленного на товары, отгруженные покупателям, приобретенный НДС (закупки у поставщиков).

###### Расчёт налога на добавленную стоимость

Таблица 2.5

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал | Итого за год |
| отгружена продукция покупателям (2.1) | **1204,3** | **1610** | **1800,5** | **1404,9** | **6019,7** |
| начислен НДС(18%) | 183,7 (1204,3\*18/118) | 245,59 | 274,6 | 214,3 | 918,2 |
| оплачены производственные запасы поставщикам (2.4) | **848,02** | **1055,87** | **842,31** | **842,13** | **3588,33** |
| зачёт НДС(18%) | 129,35 | 161,06 | 128,48 | 128,46 | 547,4 |
| **НДС к уплате в бюджет** | **54,35** | **84,53** | **146,12** | **85,84** | **370,8** |

На основе данных таблиц 1.1, 2.1. – 2.5 составляем проект бюджета денежных средств.

**Проект бюджета движения денежных средств (форма № 4)**

 Таблица 2.6.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал | Итого за год |
| 1. Остаток денежных средств на начало года | 23,4 | 290,9 | 490,38 | 787,68 | 23,4 |
| 2. Поступило денежных средств от реализации | 1407,05 | 1602,75 | 1747,25 | 1586,2 | 6343,25 |
| 3. Направлено денежных средств, в том числе: | 1304,2 | 1542,22 | 1390,23 | 1329,79 | 5566,41 |
| на оплату приобретенных запасов | **848,02** | **1055,87** | **842,31** | **842,13** | **3588,33** |
| НДС начисленный | **54,35** | **84,53** | **146,12** | **85,84** | **370,8** |
| на оплату труда с начислениями | 67,5 | 67,5 | 67,5 | 67,5 | 270 |
| аренда | 182,5 | 182,5 | 182,5 | 182,5 | 730 |
| коммунальные платежи | 59,5 | 59,5 | 59,5 | 59,5 | 238 |
| расходы на рекламу | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 |
| прочие постоянные расходы | 25 | 25 | 25 | 25 | 100 |
| налог на прибыль | 17,3202 | 17,3202 | 17,3202 | 17,3202 | 69,2808 |
| **4. Остаток денежных средств на конец периода** | **126,25** | **351,45** | **847,4** | **1044,1** | **800,24** |

## Прогноз агрегированного баланса

Сначала распланируем движение запасов на складе. Внесем в таблицу закупки предприятия без НДС и вычтем расход запасов, равный доле переменных затрат в выручке. В итоге получим сальдо на конец периода (400,00).

**План движения производственных запасов на складе**

Таблица 3.1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал | Итого за год |
| Сальдо на 01.01.= 400 | 400 | 533,02 | 407,52 | 341,46 | **400** |
| Закупки предприятия (без НДС) | 718,66 | 894,8 | 713,8 | 713,6 | **3048,83** |
| Расход запасов (53,821%) | 762,2 | 762,2 | 762,2 | 762,2 | **3048,83** |
| Сальдо конечное за соответствующий квартал | 356,46 | 665,62 | 359,12 | **292,86** | **400** |

В балансе необходимо учесть НДС, который в следующем периоде можно будет принять к вычету после того, как он будет оплачен. В дебет заносим сумму приобретенного общего НДС, а в кредит – только оплаченного. Получаем сальдо по 19 счету на конец периода.

**Движение по счёту 19 "НДС по приобретённым ценностям"**

Таблица 3.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал |
| Сальдо начальное | 40 | 57,7 | -0,7 | -1,75 |
| Дебет | 183,7  | 245,59 | 274,6 | 214,3 |
| Кредит | 129,35 | 161,06 | 128,48 | 128,46 |
| **Сальдо конечное** | **94,35** | **142,23** | **145,42** | **84,09** |

Рассчитаем конечное сальдо дебиторской задолженности. Внесем все необходимые данные в таблицу 3.3.

**Изменение дебиторской задолженности покупателей**

Таблица 3.3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за 4 квартал |
| Покупатель А |
| Сальдо дебиторской задолженности на начало периода | 500 | 300 | 395 | 265 |
| Отгружено продукции | 675,3 | 805 | 975,5 | 744,9 |
| Погашение дебиторской задолженности | 500 | 0 | 0 | 0 |
| Поступления денежных средств за отгруженную продукцию | 337,65 | 740,15 | 890,25 | 860,2 |
| Сальдо дебиторской задолженности на конец периода (А) | 337,65 | 364,85 | 480,25 | 149,7 |
|  |
| Сальдо дебиторской задолженности на начало периода | 460 | 500 | 352 | 260 |
| Отгружено продукции | 529 | 805 | 825 | 660 |
| Погашение дебиторской задолженности | 252 | 168 | 40 | 0 |
| Поступления денежных средств за отгруженную продукцию | 317,4 | 694,6 | 817 | 726 |
| Сальдо дебиторской задолженности на конец периода (Б) | 419,6(460+529-252-317,4) | 442,4 | 320 | 194 |
| **Всего поступлений денежных средств по кварталам** | **1407,05** | **1602,75** | **1747,25** | **1586,2** |

Окончательный результат подсчитаем в таблице 3.4

**Расчёт общей величины дебиторской задолженности**

Таблица 3.4

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за год |
| Сальдо на начало | 960 | 800 | 747 | 525 |
| Отгружено продукции покупателям | **1204,3** | **1610** | **1800,5** | **1404,9** |
| Поступление денежных средств от дебиторов | **1407,05** | **1602,75** | **1747,25** | **1586,2** |
| **Сальдо конечное** | **757,25****(960+1204,3-1407,05)** | **807,25** | **800,25** | **343,7** |

Аналогичные расчеты произведем и для кредиторской задолженности.

**Изменение кредиторской задолженности по поставщикам**

Таблица 3.5

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за год |
| **Расчёты с В** |
| Сальдо кредиторской задолженности на начало периода | 80 | 245 | 135 | 190 |
| Величина закупок у поставщика | 718 | 449,7 | 640 | 350,9 |
| Погашение кредиторской задолженности | 80 | 0 | 0 | 0 |
| Расчёты за поставки | 359 | 583,85 | 544,85 | 495,45 |
| Сальдо кредиторской задолженности на конец периода (В) | 359 | 110,85 | 230,15 | 45,45 |
| **Расчёты с Г** |
| Сальдо кредиторской задолженности на начало периода | 160 | 111 | 108 | 46 |
| Величина закупок у поставщика | 361,28 | 449,7 | 259,4 | 368,62 |
| Погашение кредиторской задолженности | 120 | 40 | 0 | 0 |
| Расчёты за поставки | 289,02 | 432,02 | 297,46 | 346,68 |
| Сальдо кредиторской задолженности на конец периода (Г) | 112,26 | 88,68 | 69,94 | 67,94 |
| **Всего оплачено поставщикам** | **848,02** | **1055,87** | **842,31** | **842,13** |

Сальдо конечное по кредиторской задолженности перед поставщиками:

**Расчёт общей величины кредиторской задолженности**

Таблица 3.6

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | за 1 квартал | За 2 квартал | за 3 квартал | за год |
| Сальдо на начало | 240 | 356 | -27 | -34 |
| Закупки предприятия | **1079,28** | **899,4** | **899,4** | **719,52** |
| Оплачено поставщикам | **848,02** | **1055,87** | **842,31** | **842,13** |
| **Сальдо конечное** | **471,26** | **199,53** | **30,09** | **-156,61** |

Рассчитаем задолженность перед бюджетом:

**Расчет задолженности перед бюджетом**

Таблица 3.7

|  |  |
| --- | --- |
| **Налоги** | Задолженность на 01.01. |
| Налог на прибыль | 69,2808 |
| НДС | **370,8** |
| **Всего** | **440,08** |

На основе расчетов таблиц 3.1 – 3.7 составим проект бухгалтерского баланса на конец периода.

**Проект бухгалтерского баланса организации в рамках текущего прогноза (Форма №1)**

Таблица 3.8.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **АКТИВ** |  | **ПАССИВ** |  |
| I. Внеоборотные активы |  | III. Капитал и резервы |  |
| Основные средства | 762 | Уставный капитал | 1650,7 |
| **Итого по разделу I** | **762** | Нераспределённая прибыль | 219,3892 |
|   |  | **Итого по разделу III** | **1870,0892** |
| II. Оборотные активы |  |   |  |
| запасы | **400** | IV. Долгосрочные обязательства | 0 |
| НДС | **84,09** | Итого по разделу IV | 0 |
| денежные средства | 800,24 |   |  |
| дебиторская задолженность | **343,7** | V. Краткосрочные обязательства |  |
| **Итого по разделу II** | **1628,03** | Кредиторская задолженность |  |
|  |  | в том числе:  |  |
|   |  | поставщикам | **-156,61** |
|   |  | по оплате труда | 75 |
|   |  | задолженность перед бюджетом | 440,08 |
|   |  | прочие кредиторы | 161,48 |
|   |  | **Итого по разделу V** | **519,93** |
| **Баланс** | **2390,03** | **Баланс** | **2390,03** |

*Коэффициентный анализ финансового состояния организации.*

**Коэффициент текущей ликвидности =** Оборотные активы / Краткосрочные обязательства =**1628,03** / **396,772**= 4,103

 В базисном периоде этот коэффициент был равен 1423,4 / 672,7 = 2,116

Исходя из показаний коэффициентов, можно сделать вывод: организация стала более привлекательна для инвестиций.

 **Коэффициент оборачиваемости МПЗ =** Выручка / Запасы = 5101,5 / 400 = 12,75

 В базисном периоде этот коэффициент был равен 4750 / 400 = 11,875

Этот коэффициент показывает количество оборотов, которое совершает каждый элемент МПЗ. В данном случае обороты увеличились, но незначительно.

 **Коэффициент оборота основных средств =** выручка / чистая стоимость основных средств = 5101,5 / 762 = 6,69.

 В базисном периоде этот коэффициент был равен 4750 / 900 = 5,27.

Этот коэффициент показывает, насколько эффективно организация использует свои основные средства. Исходя из результатов видно, что организация стала использовать свои основные средства более эффективно.

 **Коэффициент финансовой независимости = (**1650,7 + 219,4) / 2266,41 = 0,82

Величина показывает высокий уровень финансовой независимости.

 **Рентабельность продаж =** чистая прибыль / выручка = 219,3892 / 5101,5 = 0,04 (или 4%).В базисном периоде этот коэффициент был равен 60,04 / 4750 = 0,012 (или 1,2%). То есть очевидно, что за год чистая прибыль на 1 рубль продукции увеличилась на 333% ((4/1,2)\*100).

 **Рентабельность активов =** чистая прибыль / активы = 219,3892 / 2390,03 = 0,09 (9%). В базисном периоде этот коэффициент был равен 60,04 / 3048,83 = 0,019 (1,9%).

Расчеты показывают, что хозяйственная деятельность мини- пекарни рентабельна, и хотя предприятие и не приносит компании сверхприбылей, тем не менее, его работа безубыточна. Влияние товарооборота, валовых доходов и издержек определяется методом разниц. Для того чтобы найти величину изменения прибыли от продаж, полученную за счет товарооборота, нужно базисный уровень рентабельности продаж умножить на отклонение фактического товарооборота от базисного и разделить на 100. Влияние на прибыль от реализации товаров валовых доходов и издержек находят как произведение фактического товарооборота и разницы между фактическим и базисным уровнями (в процентах к товарообороту) и делят полученный результат на 100. Большое значение при проведении факторного анализа придается изучению того, как влияет изменение цен на реализацию товаров, продукции, услуг. С их ростом величина прибыли повышается, и наоборот. Проведение подобного анализа позволяет также охарактеризовать качество получаемой прибыли. Если исследования покажут, что прибыль получена только или большей частью за счет повышения цен, то делается вывод не только о низком качестве ее формирования, но и о потере определенной доли рынка потребительских товаров и части прибыли. Если в процессе анализа будет установлено, что вся прибыль или большая ее часть сформирована за счет роста продаж товаров, продукции, услуг в сопоставимых ценах, то признается, что качество полученной прибыли высокое, а положение предприятия на рынке более устойчивое.

# Глава 3.Основные резервы и пути увеличения дохода на предприятии

Под путями понимаются возможности повышения эффективности деятельности предприятия на основе использования достижений научно-технического прогресса и передового опыта.

Учитывая, что наибольшее влияние на сумму валового дохода оказывают такие факторы, как объем реализации товаров, 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.

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

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

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

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

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

д) закупка партий товаров на сезонных и предпраздничных их распродажах по существенно сниженным ценам. Это мероприятие может осуществляться в увязке с возможнос­тями и стоимостью хранения таких товаров и лишь при гарантии последующей быстрой их реализации.

Основными путями и резервами повышения доходов за счет увели­чения объема реализации товаров являются:

а)осуществление эффективной маркетинговой политикина предприятии;

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

в) предоставление потребительского кредита при реализации дорогостоящих товаров;

г) интенсификация рекламной и информационной деятельности торгового предприятия.

Основными путями повышения доходов за счет увеличе­ния уровня цен реализации товаров являются:

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

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

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

Ценовая политика является не только одной из главных составляющих системы управления доходами торгового предприятия, но и важнейшим механизмом, обеспечивающим многие приоритеты его экономического развития.

## Проблемы совершенствования механизма формирования и распределения доходов предприятия.

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли. Следовательно, получение прибыли – это непосредственная цель предприятия. Но получить прибыль предприятие может только в том случае, если оно производит продукцию или услуги, которые реализуются, т. е. удовлетворяют общественные потребности. Соподчиненность этих двух целей – удовлетворение потребности и получение прибыли – следующая. Нельзя получить прибыль, не изучив потребности и не начав производить тот продукт, который удовлетворяет потребности. Потребности в свою очередь подразделяются на: потребности и платежеспособные потребности. Необходимо произвести продукт, который удовлетворяет потребности и при том по такой цене, которая удовлетворила бы платежеспособные потребности. А приемлемая цена возможна только в том случае, когда предприятие выдерживает определенный уровень издержек, когда потребляемые ресурсы, затраты меньше, чем полученная выручка, т. е., когда предприятие работает с прибылью. В этом смысле и говорится, что прибыль – непосредственная цель функционирования предприятия и одновременно это результат его деятельности. Если предприятие не укладывается в рамки такого поведения и не получает прибыли от своей производственной деятельности, оно вынуждено уйти с экономической сферы, признать себя банкротом.

В общем виде формулу прибыли можно представить в следующем виде:

*P = W – (З + Н + Ш),*

Где *Р* – прибыль предприятия, руб./год,

*W* – выручка от реализации созданной продукции, руб./год;

*З* – затраты на производство и реализацию созданной продукции, руб./год;

*Н* – величина налогов, выплачиваемых предприятием, руб./год;

*Ш* – штрафные санкции, руб./год.

Выручка от реализации определяется по формуле:

 Где *Ni* – количество произведенной и реализованной потребителями *i*-й продукции в натуральном выражении;

*Ci* – цена реализации *i*-й продукции, руб.;

*n* – количество позиций реализуемой продукции, шт.

Если затраты и штрафы в существенной мере зависят от предприятия, то налоги, уплачиваемые предприятием, - это внешние условия хозяйствования. Налоговая система, действующая в настоящее время в России, достаточно громоздкая и дифференцирована на федеральный, республиканский и местный уровни. Предприятие должно уплачивать на первом уровне: налог на добавленную стоимость, акцизы на отдельные виды и группы товаров, отчисления на покрытие затрат по геологоразведочным и геолого-поисковым работам по полезным ископаемым; подоходный налог с юридических и физических лиц, налог на транспортные средства, гербовый налог, государственную пошлину. На втором уровне – налог на добычу природных ресурсов в виде акцизов, акцизы на бензин, моторное топливо, газ, налог на имущество предприятия, плату за воду, забираемую промышленными предприятиями из водохозяйственных систем. На третьем уровне – местные налоги: налог на строения, помещения и сооружения, земельный налог, промысловый налог, сбор за регистрацию предпринимательской деятельности физических лиц, налог на рекламу, лицензионный сбор за право проведения местных аукционов и лотерей, сбор с аукционных продаж и др.

Итак, предприятие в условиях рынка в своем стремлении максимизировать прибыль обладает четырьмя степенями свободы:

* установление цен,
* формирование затрат,
* формирование объемов продукции,
* выбор номенклатуры и ассортимента продукции.

Но этими же степенями свободы обладают и все другие участники рынка, и поэтому каждое предприятие должно учитывать не только свое поведение на рынке, но и поведение конкурентов. В условиях рынка производители продукции соревнуются за то, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности покупателей, потребителей в широком смысле слова, только, в этом случае они могут процветать как производители продукции.

Благополучие фирмы в области финансов обеспечивается за счет действия как внешних, так и внутренних факторов, причем для предпринимателя особое значение приобретают, прежде всего, внешние обстоятельства, которые он изменить не может и вынужден к ним приспосабливаться. Внутренние возможности фирмы используются таким образом, чтобы эффективно задействовать внешние факторы.

Анализ внешней среды служит инструментом, при помощи которого менеджеры контролируют внешние по отношению к организации факторы с целью предвидеть потенциальные опасности и вовремя задействовать вновь открывающиеся возможности. Изучение внешней среды позволяет фирме своевременно спрогнозировать появление рыночных опасностей, подготовить ситуационные планы на случай возникновения непредвиденных обстоятельств, разработать стратегию, которая позволит компании достигнуть поставленных целей и превратить потенциальные угрозы в выгодные возможности.

Внешняя среда – это все те внешние факторы, которые влияют на деятельность фирмы и, в свою очередь, испытывают на себе ее воздействие. К ним относятся географические, международные, национальные, политические, правовые, экономические, социальные и другие факторы.В последнее время все более важное значение приобретают сбыт, реклама, продвижение товара. Эти показатели занимают одно из центральных мест в анализе. Фирма может рассчитывать на успех на рынке только в том случае, если она имеет активных и компетентных реализаторов ее товаров и услуг, агрессивную, творчески разработанную рекламу, целостную систему продвижения товаров и услуг к покупателю. Но, конечно, **самое главное в совершенствовании механизма формирования и распределения доходов предприятия – анализ прибыльности.** Прибыль – обобщающий показатель эффективности деятельности любой коммерческой организации. Поэтому постоянный контроль за прибылью от всех направлений деятельности, разных товаров и услуг является важной функцией управления.

Финансовое состояние организации во многом определяет, какую тактику и стратегию выберет руководство на рынке. Детальный анализ финансового состояния помогает выявить уже имеющиеся и потенциальные резервы организации в этой области. Анализ финансового состояния обычно проводится методами финансовой ревизии.

Важнейшей категорией рыночной экономики является прибыль. Именно при этом условии фирма может стабильно существовать и обеспечивать себе основу для роста. Стабильная прибыль фирмы проявляется в виде дивиденда на вложенный капитал, способствует привлечению новых инвесторов и, следовательно, увеличению собственного капитала фирмы. Поэтому становится ясным интерес к проблемам прибыльности деятельности фирмы. Прибыль, точнее, ее максимизация выступает непосредственной целью производства в любой отрасли национальной экономики. Производители, однако, могут сталкиваться с особыми ситуациями, выдвигающими на первый план решения проблем, не укладывающихся в русло максимизации прибыли, или даже вызывающих противоречия с этой целью: например, резкое снижение цен для выхода на новые рынки или проведение дорогостоящих рекламных компаний для привлечения потребителей, осуществление мер экологического порядка и т.п. Но все подобные шаги носят все же тактический характер и в конечном счете подчинены решению главной стратегической задачи - получения возможно большой прибыли.

В зависимости от времени, затрачиваемого на изменение количества используемых в производстве ресурсов, краткосрочный и долговременный периоды в деятельности фирмы.

Краткосрочный - тот, в течение которого предприятие не может изменить свои производственные мощности. В этот период оно в состоянии добиваться сдвигов лишь в интенсивности использования этих мощностей - через ресурсы (сырье, топливо, энергия, живой труд и т.п.), которые поддаются быстрой корректировке.

 Долговременный период - такой, что достаточен для изменения количества всех привлекаемых ресурсов, включая производственные мощности. В течение этого периода могут возникать новые фирмы и закрываться старые.

Краткосрочный и долговременный периоды не являются строго определенными интервалами, одинаковыми для всех отраслей. Последние различаются, прежде всего, по возможностям изменения производственных мощностей, а не по продолжительности. Суть различия между периодами состоит в возможности изменения производственных мощностей. В рамках краткосрочного периода невозможно ввести в строй новые мощности, но возможно повысит степень их использования. В пределах долговременного периода можно расширить производственные мощности. Деление на два периода имеет большое значение при определении стратегии и тактики фирмы в максимизации прибыли.

Кривая спроса, с которой сталкивается отдельная конкурентная фирма, *совершенно эластична.* Фирма не может добиться более высокой цены, ограничивая объем выпуска; не нуждается она и в более низкой цене, для того чтобы увеличить свой объем продаж.

Кривая спроса на продукцию фирмы является в то же время кривой дохода. То, что выступает как цена за единицу продукции для покупателя, является доходом от единицы продукции, или средним доходом, для продавца.

Средний доход AR (Average Revenue) и цена — это одно и то же, рассмотренное с разных точек зрения.

Валовой доход TR (Total Revenue) при любом уровне продаж может быть легко определен путем умножения цены на соответствующее количество продукции, которое фирма может продать. Всякий раз, когда фирма обдумывает, насколько изменить объем производства, она будет озабочена и тем, как изменится ее доход в результате этого сдвига в выпуске.

Предельный доход есть дополнение к валовому доходу, то есть добавочный доход, который является результатом продажи еще одной единицы продукции. Валовой доход увеличивается на постоянную сумму с каждой дополнительно проданной единицей. В условиях чистой конкуренции цена товара является постоянной для отдельной фирмы; добавочные единицы, следовательно, могут быть проданы без понижения цены продукта. Предельный доход постоянен в условиях чистой конкуренции, потому что дополнительные единицы могут быть проданы по постоянной цене.

# Заключение

Залог выживаемости предприятия – его стабильность на рынке. Чтобы предприятие могло эффективно функционировать и развиваться, ему прежде всего нужна устойчивость денежной выручки, достаточной для расплаты с поставщиками, кредиторами, своими работниками, местными органами власти, государством. После расчетов и выполнения обязательств необходима еще и прибыль, объем которой должен быть, по крайней мере, не ниже запланированного. Но финансовая устойчивость не сводится только к платежеспособности. Для достижения и поддержания финансовой стабильности важны не только абсолютные размеры прибыли, сколько относительно объема капитала и объема его выручки, т.е. показатели рентабельности.

Рост выручки и доходов, содействующий наращиванию рентабельности, росту устойчивости предприятия, уменьшению вероятности его банкротства, рационален лишь до определенных пределов, поскольку, как правило, высокую рентабельность рыночных позиций обеспечивают, действуя с повышенным риском. В этом случае возрастают потенциальные возможности убытков, а в последующем и банкротства.

Результаты предпринимательской деятельности во многом предопределяются выбором состава и структуры, изготавливаемых и реализуемых товаров, оказываемых услуг. Здесь важна не только общая величина затрат, но и зависимость между постоянными и переменными издержками, определяющими скорость оборота капитала. Большое значение имеет для действия менеджера или руководителя учет в полной мере особенностей той стадии жизненного цикла, на которой находится фирма.

Стремясь решить постоянно возникающие конкретные вопросы, получить квалифицированную оценку финансового положения, руководители предприятий все чаще прибегают к данным учета и, как следствие, к данным финансового и управленческого анализа. При этом они, как правило, не довольствуются констатацией величины показателей отчетности, а рассчитывают получить конкретное заключение о достаточности платежных средств, нормальных соотношениях собственного и заемного капитала.

В этих условиях меняется роль бухгалтерии, в чьи функции входит не только обеспечение текущего учета и составление отчетности, но и анализ финансового положения в целях эффективного управления предприятием. Удовлетворить новые запросы администрации имеет возможность только бухгалтер-аналитик, способный разобраться в экономике предприятия, выявить ее больные места на основе финансово-учетных данных, осуществить налоговое планирование. Совершенно очевидно, что *финансовое благополучие фирмы прямо пропорционально уровню организации в ней системы управленческого учета*.

Для реализации данных задач необходима реальная база. Такой базой и является учетная политика предприятия, разработка и реализация учетной политики связаны с практическим осуществлением бухгалтерского учета на предприятии.

Расчеты как общей, так и сравнительной экономической эффективности затрат не должны ограничиваться обобщающими показателями. Для всестороннего обоснования и анализа экономической эффективности затрат, выявления резервов повышения их эффективности при принятии окончательных решений следует использовать *дополнительные* показатели, характеризующие отдельные стороны получаемого эффекта: производительность труда, фондоотдачу, удельные капитальные вложения, экономия сырья, материалов, топлива, энергии, снижение издержек производства, социальные результаты.В условиях рыночной экономики основным критерием оценки хозяйственной деятельности предприятий, фирм служат *прибыль* и *рентабельность по отношению к фондам*. Если на уровне народного хозяйства наиболее достоверным обобщающим выражением цели производства является национальный доход, то критерий оптимальности для предприятия никак не может совпадать с подобным критерием для народного хозяйства. Это вытекает из одного из важнейших принципов построения механизма интенсивного хозяйствования на базе рыночной экономики, заключающегося в том, что в планировании необходимо различать экономические системы разного уровня. Предложения о так называемой «системе показателей» нереальны и неэффективны. Действительно, что должно делать предприятие? Следить за выполнением множества отдельных показателей, входящих «систему», или работать раскованно, самостоятельно, инициативно, контролируя и стремясь к достижению обобщающего показателя экономической эффективности производства - прибыли и рентабельности по отношению к фондам? Ответ на этот вопрос только один – прибыль и рентабельность.

**Список литературы**

**1.** Ковалев Валерий Викторович, Ковалев Виталий Валерьевич Финансы предприятий: Учеб.-М.:ТК Велби, 2003.-352с.

**2.** Т. В. Теплова Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями: учебник для вузов. – М.: ГУ ВШЕ, 2003.-504с.

**3.** Вестник экономики., -М, 2004,№2-с.94-99. Паршуков - Статья о доходности капитала.

**4.** Незамайкин В. Н., Юрзинова И. Л. Финансы организаций: менеджмент и анализ. Учеб. пособие.-М.:Эксмо,2004.-448с. (Высшее экономическое образование)

**5.** Фомин Я. А. Диагностика кризисного состояния предприятия: учеб. пособие.-М., ЮНИТИ, 2004.-349с.

**6.** Гаврилова А. Н. Финансы организаций (предприятий): учеб.пособие/А. Н. Гаврилова, А. А. Попов.-М.:КНОРУС, 2005.-576с.

**7.** Кошкина Г.М., Коява Л.В., Лукьянова З. А. Финансы организаций (предприятий): Учебное пособие.-Н:НГУЭУ,2005.-156с.

**8.** Подолякин, В.И. Основы экономики организации: стоимость и структура

капитала: учеб. пособие. – Иваново: ИГТА, 2005. – 112с.

**9.** Полякова Л. Метод дисконтирования денежных потоков при оценке доходности преприятия.-М., 2005, №2 с.73-75

**10.** Экономика организации (предприятия): учебник / под ред.Н.А. Сафронова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Экономистъ, 2005. - 618с.

**11.** В.В. Остапенко Финансы преприятий, учеб.пособие, 3 изд., М.: Омега-Л,2006.-302с.

**12.** Лиференко, Г. Н. Финансовый анализ предприятия: учебное пособие/Г. Н. Лиференко.-М.: «Экзамен», 2006.-156, [4] с. (серия «Учебное пособие для вузов»)

**13.**Функционирование предприятий в российской экономике: проблемы и решения: учебник под ред. В.В. Титова, В. Д. Марковой.- Новосибирск, 2006. -314с.

**14.** А. И. Архипов и др. Финансы:учебник.-М, Проспект,2007.-627 с.

**15.** Галицкая С. В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий: учеб. Пособие /С. В. Галицкая. – М.: Эксмо, 2008.-652с. –(Высшее экономическое образование)

**16.** Гончаров Д. С. Комплексный подход к управлению рисками для российских компаний.-М, Вершина,2008.-224с.

**17.** Финансы (сборник): пер. с англ./под ред. Дж. Имуэлла, М. Шилгейта, 2 изд., -М.-2008.-449с.

**18.** <http://www.vedomosti.ru/>

http://www.kapital.ru

http://www.m-economy.ru/art. Журнал «Проблемы современной экономики»