

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ В ТОРГОВОЙ СФЕРЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ

М. О. Гончарова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

goncharoto@gmail.com;

науч. рук. – Н. А. Мельникова, канд. экон. наук, доц.

В данной статье рассматриваются вопросы формирования прибыли торговой организации в современных условиях развития национальной экономики. Акцентируется внимание на основополагающие факторы, влияющие на формирование прибыли организации. Определены направления увеличения прибыли организации.

Ключевые слова: прибыль; виды прибыли; рентабельность; факторы роста прибыли; торговое предприятие.

Целью деятельности любой коммерческой структуры в условиях рыночной экономики, в конечном счете, является получение прибыли, способной обеспечить ее дальнейшее развитие.

Прибыль отражает результаты торговой и финансово-хозяйственной деятельности предприятия торговли и выступает одним из важнейших показателей эффективности их работы. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности организации, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей.

Резервы роста прибыли – это возможности увеличения доходов и снижения расходов, которые могут быть получены предприятием за счет эффективной организации его деятельности. Значение поиска резервов роста прибыли объясняется стоящей перед руководством задачей ее максимизации. При наличии неиспользованных резервов повышения прибыли предприятия не испытывают дефицита, но при этом несут экономические убытки [1, с. 125].

В экономической литературе выделяют множество факторов, влияющих на прибыль, которые классифицируются определенными признаками. Основными факторами роста прибыли являются увеличение объемов реализации, увеличение ассортимента продукции, повышение эффективности производственных фондов, внедрение новых технологий, совершенствование системы управления производством. Прибыль является основным показателем эффективности деятельности организации. Из вышесказанного ясно, что прибыль и рентабельность организации и пути их повышения актуализируются в условиях рыночной экономики.

Одним из основных факторов, влияющим на величину прибыли, оставшейся в распоряжении организации, являются налоги и сборы.

Налоговая нагрузка организации – это отношение всех уплаченных предприятием налогов к прибыли предприятия. Во втором случае налоговая нагрузка – это отношение всех уплаченных предприятием налогов к выручке предприятия [2, с. 1].

Учет всех совокупностей факторов позволяет определить основные из них, оказывающие положительное и отрицательное воздействие на прибыль предприятия, и выявить на этой основе резервы повышения прибыли и роста рентабельности.

В практической деятельности организации можно определить различные виды прибыли, например:

1. Прибыль от основного вида деятельности, которая рассматривается как разница между выручкой от реализации, за вычетом налогов и сборов из выручки, и затратами по производству и реализации товаров, работ, услуг или имущественных прав;

2. Прибыль от реализации основных средств, нематериальных активов – рассчитывается как разница между выручкой от реализации указанных активов, за минусом налогов и сборов из выручки, и остаточной стоимостью реализованного имущества и затратами на их реализацию;

3. Внереализационная прибыль, т.е. прибыль не связанная с основной деятельностью организации, и рассчитывается как разница между внереализационными доходами и расходами организации.

4. Налогооблагаемая прибыль – это декларируемая в налоговые органы сумма валовой прибыли предприятия, уменьшенная на сумму предоставленных налоговых льгот, которая является налоговой базой исчисления налога на прибыль. Согласно законодательству налогооблагаемой базой при исчислении налога на прибыль являются валовая прибыль, дивиденды и доходы, приравненные к ним (согласно п. 1 ст. 35 Налогового кодекса).

Для оценки эффективности распределения и использования прибыли предприятия используются показатели, связанные с прибылью от реализации (показывает разницу между выручкой от реализации и себестоимостью реализованной продукции), прибылью от текущей деятельности (показывает разницу между суммарными доходами (в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т. п.) и затратами на производство), прибылью до налогообложения (разница между полученными доходами и расходами, до вычета налога), чистой прибылью (разница между прибылью до налогообложения и суммой налога), налогом на прибыль (прямой налог, взимаемый с прибыли организации). Данные показатели позволяют полно и всесторонне оценить эффективность использования

прибыли предприятия и разработать управленческие решения по ее повышению.

Целью деятельности ОДО «Магазин» Мебель» является хозяйственная деятельность направления на извлечения прибыли. Главной задачей деятельности ОДО «Магазин «Мебель» является: наращивание объемов товарооборота и обеспечение его прироста в сопоставимых ценах; обеспечение высокого уровня торгового обслуживания.

В ОДО «Магазин Мебель» прибыль формируется за счет выручки от реализации продукции, товаров и услуг (показывает сумму денежных средств реализации продукции поступившие в кассу или на расчетный счет предприятия).

Исходя из проведенного анализа основных показатели производственно-хозяйственной деятельности ОДО «Магазин мебель» за 2016–2018 годы, очевидно, что выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг в 2017 году по сравнению с 2016 годом снизилась на 180 тыс. руб. В 2018 году по сравнению с 2017 годом выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг значительно увеличилась на 405 тыс. руб., темп роста составил 139,94 %. Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг в 2017 году по сравнению с 2016 годом снизилась на 148 тыс. руб. В 2018 году по сравнению с 2017 годом себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг увеличилась на 239 тыс. руб., темп роста составил 130,52 %.

На ОДО «Магазин мебель» процент рентабельности продаж в 2016–2018 годах имеет положительное значение, что является положительным фактором. В 2018 году рентабельность продаж получена в размере 13,50 %, что на 9,16 % больше чем в 2017 году. Чистая прибыль ОДО «Магазин мебель» за 2018 год получена в размере 113 тыс. руб.

Полученная прибыль ОДО «Магазин Мебель» распределяется на дивиденды акционерам (после уплаты всех налоговых платежей), а также организация уплачивает налог на прибыль по установленной ставке.

Торговому предприятию, при формировании ассортимента реализуемых товаров, чем более разнообразным будет ассортимент, тем полнее будет удовлетворен спрос населения, то есть покупатель заинтересован в возможности широкого выбора товаров. И в то же время необходимо обеспечить выгодность каждой коммерческой сделки: целесообразно обеспечить анализ при выборе поставщиков, определении оптимальной партии и цены закупки товаров, установлении обоснованной торговой надбавки, расходовании средств на осуществление коммерческой деятельности.

Увеличению доходности торгового предприятия способствует рост продажи товаров, обусловленный ростом числа новых покупателей, объ-

емов покупок постоянными клиентами, снижением цен и стоимости самого процесса реализации. В свою очередь возможность прироста оборота розничной торговли зависит от уровня организации торговли, эффективности управленческих решений.

Для увеличения прибыли торговой организации ОДО «Магазин Мебель» необходимо:

1. Оптимизировать использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов, а также определить пути по повышению спроса на продукцию предприятия, рационально распределять прибыль организации, осуществлять экономию затрат. Все это способствует увеличению рентабельности активов.

2. Не допускать нарушений сроков расчета по обязательствам, улучшая расчетно-платежную дисциплину.

3. Разработать финансовую стратегию наращивания собственных финансовых ресурсов за счет оптимизации товарного ассортимента и повышения дохода от реализации реализуемого товара.

В большей степени на формирование прибыли в ОДО «Магазин Мебель» влияют такие факторы, как наращивание объемов выпуска и реализации продукции, повышение качества продукции, увеличение торговой надбавки на продукцию, снижение затрат на реализацию продукции.

Исходя из вышесказанного, можно предложить следующие меры по формированию прибыли торговой организации: увеличить торговую надбавку на большую часть списка товара; повысить качество реализуемой продукции, пересмотреть поставщиков поставляемой продукции; снизить расходы по перевозке товаров, по размерам скидки от торговой надбавки за наличный расчет, так как теряется большая часть суммы денежных средств; проанализировать конкурентные преимущества, т.е. конкурентную зону города, выявить недостатки и преимущества конкурентов.

Библиографические ссылки

1. *Донцова Л. В.*, Анализ финансовой отчетности: учебник / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2005. -368с.
2. *Жук А.*, Как управлять налоговой нагрузкой [Электронный ресурс] / А. Жук // БелРынок, 2021 С. 1. – Режим доступа: <https://www.belrynok.by/2018/03/09/kak-upravlyat-nalogovoj-nagruzkoj/>. – Дата доступа: 03.05.2021.