

УДК 33

Особенности формирования финансовых результатов организаций оптовой торговли

Кушнарченко Татьяна Владимировна

Доктор экономических наук,
завкафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
Донской государственной технической университет,
344002, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, площадь Гагарина, 1;
e-mail: tvkushnarenko@mail.ru

Аннотация

В работе показано, что использование общей схемы формирования финансового результата (прибыли или убытка) хозяйствования организаций оптовой торговли, который складывается из финансового результата операций, являющихся предметом ее основной деятельности, прочей деятельности. При этом следует учитывать, что формирование финансового результата происходит под влиянием различных факторов. Основными факторами, влияющими на достижение стратегических целей по увеличению массы прибыли, являются факторы, выявляемые в результате мониторинга внешней среды организации, что особенно актуально для крупных оптовых организаций. Важнейшим условием успешного развития организаций оптовой торговли является совершенствование системы бухгалтерского учета, в частности учета финансовых результатов хозяйственной деятельности. Финансовый результат как интегрированный показатель деятельности организации определяет эффективность деятельности предприятия в целом. Эффективная финансово-хозяйственная деятельность организаций оптовой торговли возможна при условии правильной постановки организации бухгалтерского учета финансовых результатов и совершенствования существующих способов ведения первичного, текущего учета и разработки новых форм подходов к торгово-коммерческой деятельности оптовых организаций, а также оценки финансового состояния и их устойчивости.

Для цитирования в научных исследованиях

Кушнарченко Т.В. Особенности формирования финансовых результатов организаций оптовой торговли // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 12А. С. 501-516.

Ключевые слова

Торговля, организация оптовой торговли, финансово-хозяйственная деятельность, рентабельность, доходы и расходы, прибыль и убытки, маржинальный доход, издержки обращения, бухгалтерский учет, анализ.

Введение

Одной из основных отраслей сферы обращения в настоящее время является торговля, которая обеспечивает физических и юридических лиц необходимыми товарами различного назначения, и, при этом, формирует и перечисляет в бюджет налоговые платежи. Продвижение товара от производителя к конечному потребителю, наполняемость товарами розной сети, повышение благосостояния населения и страны в целом зависят от функционирования и скорости обращения товарооборота в организациях оптовой торговли, эффективность деятельности которых во многом определяется конечным финансовым результатом. По данным аналитического материала, подготовленного коллективом экспертов Института социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, оборот оптовой торговли в феврале 2018 г. составил 5079,5 млрд. рублей, или 100,3% к соответствующему месяцу предыдущего года. Показатель оборота 2018 года организаций оптовой торговли и намеченной положительной тенденции к его увеличению по сравнению с предыдущим периодом обусловлены совершенствованием организаций оптовой торговли. Однако, в своей деятельности оптовые предприятия преодолевают ряд препятствий, связанных с несоблюдением сроков поставки и оплаты товаров, нарушением договорных обязательств по объему, ассортименту и качеству поставляемых товаров, недостаточностью финансовых ресурсов (средств), оказывающих негативный синергетический эффект на решение вопросов оптимизации распределения товарных ресурсов по экономическим районам, на формирование и величину положительного финансового результата не только от продаж, но и в целом деятельности предприятия за отчетный период.

Основная часть

Рассматривая понятие «финансовый результат» как дефиницию, следует заметить, что раскрытию сущности этой формулировки, «правильному» ее трактованию начиная с момента определения самого результата посвящены труды как отечественных, так и зарубежных ученых: Л. Пачоли, А. Смита, Мальтуса, Дж.С. Милль, Джон Хикса, Й. Шумпетера, В.Г. Савицкой, Н.П. Кондракова, А.Д. Шеремета и др. Обобщая итоги исследований указанных ученых-экономистов, можно сделать вывод, что все они понятие финансового результата деятельности компании сводят к тому, что итоговым показателем деятельности хозяйствующего субъекта за отчетный период, сформированный путем сопоставления доходов и расходов фирмы за отчетный период, откорректированный на суммы начисленных к выплате дивидендов владельцам предприятия, а также прочих причитающихся расходов, и влияющий на изменение суммы чистых активов коммерческой организации является финансовый результат. Расшифровка данного понятия в таком аспекте достаточно раскрывает сущность дефиниции «финансовый результат» деятельности компании и с экономической точки зрения как категории по своей сути влияющей на собственный капитал предприятия путем увеличения или снижения экономических выгод, так и с бухгалтерской точки зрения, выступая как самостоятельный объект учета в виде как разницы между доходами и расходами предприятия за отчетный период.

Исторически сложилось, что на основании данных учета финансовых результатов формируется информация о прибыли организации, являющейся индикатором успешности деятельности организации в целом и одной из самых сложных экономических категорий

рыночной экономики, без изучения которой невозможен научный подход к решению таких вопросов, как повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации, усиление материальной заинтересованности и ответственности трудовых коллективов в достижении конечных результатов при наименьших затратах. Конечным результатом осуществления деятельности компании оптовой торговли является прибыль или убыток и, как следствие, подведение итогов своей работы, их анализ, разработка мероприятий по ликвидации недостатков в деятельности торговой фирмы, в связи с этим, возникает необходимость в дальнейшем развитии и совершенствовании учетных процессов финансовых результатов. Сценарий развития современного хозяйствования в соответствии с принятыми в стране национальными стандартами ведения учета и отчетности обязательным условием функционирования организации выдвигает получение прибыли по итогам своего хозяйствования, увеличение которой обеспечивается безубыточностью продаж - возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах рентабельности хозяйствования. Оказывающиеся под влиянием целого ряда специфических черт характерных для оптовой торговли использование новых форм, методов и принципов управления торговой организацией в рыночной среде предъявляет особые требования к формированию объективной, понятной и полезной информации о финансовых результатах, направленной на решение следующих задач: поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей; закупка товаров у производителей, их доставка и хранение; формирование торгового ассортимента в соответствии с требованиями розничных предприятий; обеспечение предприятиям-производителям сбыта их товаров; маркетинговые исследования для производителей товаров и розничных предприятий; информационное и консалтинговое обслуживание.

Две стадии: создание прибавочного продукта и превращение его в денежную форму формируют процесс определения финансовых результатов. Финансовый результат представляет собой разницу от сравнения сумм доходов и расходов организации. Превышение доходов над расходами означает прирост имущества организации – прибыль, а расходов над доходами – уменьшение имущества – убыток. В зависимости от характера доходов и расходов, а также от условий их получения и направлений деятельности они подразделяются на: доходы и расходы от обычных видов деятельности; доходы и расходы от прочих поступлений. Формирование финансовых результатов организаций оптовой торговли отражено на рисунке 1.

Анализ данных рисунка свидетельствует, что формирование конечного финансового результата - поэтапный процесс, стержнем которого мы видим четыре основных показателя: валовая прибыль (маржинальный доход); прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистая прибыль. Последовательность всех этих этапов можно проследить в отчетной форме «Отчет о формировании финансовых результатов».

Отталкиваясь от значения перевода с английского языка на русский, «маржа» понимается как вклад, при этом маржинальная прибыль составляет основу принятия управленческих решений, связанных с сокращением или развитием издержек обращения и определяется как разница между выручкой от продажи и переменными затратами. На основании изложенного можно сделать вывод, что прибыль является результатом управления издержками обращения. При определении *валовой прибыли* из выручки от продажи продукции (работ и услуг) без НДС, акцизов, экспортной пошлины вычитается себестоимость проданных товаров.

Прибыль (убыток) от продаж определяется как разница между валовой прибылью и текущих периодических расходов, приходящихся на реализованные (проданные) товары. Этот

показатель является базой прибыли, его еще называют результатом операционной деятельности организации.

Прибыль (убыток) от обычных видов деятельности трактуется следующим образом: прибыль определяется с учетом прочих доходов и расходов (ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99). Это не что иное, как «бухгалтерская» прибыль (прибыль до налогообложения) или убыток организации.

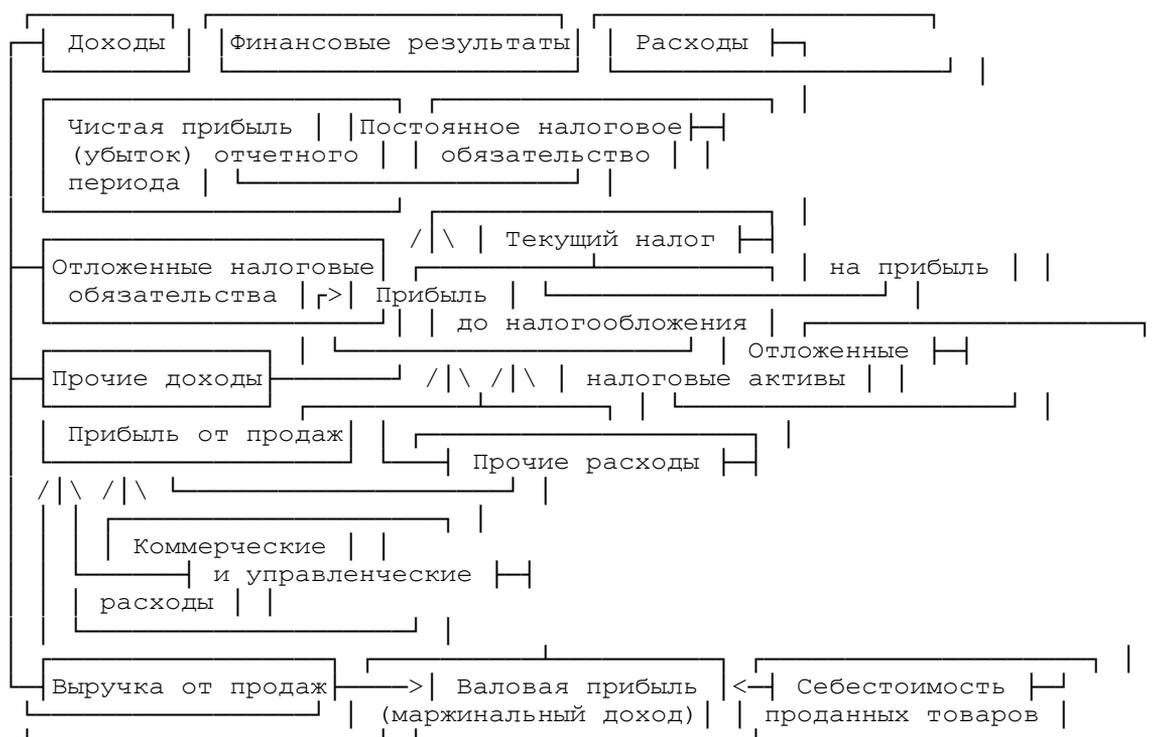


Рисунок 1 - Этапы формирования финансовых результатов в торговой организации

Чистая прибыль торговой организации – это прибыль после уплаты в бюджет всех видов налогов и остающаяся в распоряжении предприятия.

Данная группировка не исчерпывает перечень формируемых показателей финансовых результатов, а лишь является регламентированной при составлении бухгалтерской отчетности. Для целей управленческой отчетности можно использовать зарубежную методику определения финансовых результатов, которая характеризуется целым набором показателей:

- Gross Profit (GP) – валовая прибыль, которая соответствует показателю валовая прибыль (убыток) в российском отчете о финансовых результатах;
- Operating Profit (OP) – операционная прибыль, которая также соответствует показателю прибыль (убыток) от продаж в российском отчете о финансовых результатах;
- Operating Income before Depreciation and Amortization (OIBDA) – операционная прибыль перед вычетом амортизации основных средств и нематериальных активов;
- Operating Income (OI) – операционная прибыль, рассчитываемая как доходы от продажи за минусом расходов на продажи (показатель GP) с корректировкой на амортизацию основных средств и нематериальных активов, исключенной из расчета;
- Net Operating Profit after Tax (NOPAT) – чистая операционная прибыль после уплаты налогов;

- Net Operating Profit Less Adjusted Taxes (NOPLAT) – чистая операционная прибыль за вычетом скорректированных налогов;
- Earnings before Income, Tax, Depreciation and Amortization (EBITDA) – прибыль до уплаты процентов, налогов, вычета амортизации основных средств и нематериальных активов;
- Earnings before Income and Tax (EBIT) – прибыль до уплаты процентов и налогов;
- Earnings before Interest after Tax (EBIAT) – прибыль перед уплатой процентов, но после уплаты налогов;
- Net Income (NI) – чистая прибыль, соответствующая показателю чистая прибыль (убыток) в российском отчете о финансовых результатах.

При определении финансового результата деятельности организации оптовой торговли необходимо соблюдать принцип соответствия (увязки) доходов и расходов: расходы должны быть отражены в том отчетном периоде, в котором возникли доходы, ставшие возможными благодаря этим расходам. Доходы от продажи товаров и платных услуг являются основными, поскольку непосредственно связаны с отраслевой спецификой деятельности оптового торгового предприятия и называются доходами от обычных видов деятельности. К данному виду доходов относятся доходы от розничной (если этот вид продажи оптовым предприятием осуществляется) и оптовой продажи продукции. В данном случае источником формирования доходов являются оптовая наценка и розничная торговая наценка, которая рассчитывается как разница между продажной и покупной ценами реализуемой продукции. Если реализуются платные услуги, то источником формирования доходов выступает цена услуг, которые оказываются покупателям персоналом предприятия оптовой торговли и включаются в состав оптового товарооборота. Совокупность доходов от реализации продукции и платных услуг образует валовой доход предприятия от оптовой торговли. При классификации доходов и расходов в силу отраслевой принадлежности организаций оптовой торговли не представляется возможным выявлять направления и целевое назначение отдельных затрат, поэтому разделении затрат осуществляют в управленческом учете по номенклатуре статей затрат. В этом случае каждая статья затрат показывает на что и на какие цели израсходованы средства и возникли расходы. Перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно и закрепляется в ее учетной политике.

К торговым расходам в бухгалтерском учете относят стоимость покупных товаров и издержки обращения. В стоимость товаров включаются также следующие расходы:

- 1) затраты по заготовке и доставке товаров до места их использования, включая расходы по страхованию;
- 2) затраты по содержанию заготовительно-складского подразделения организации, затраты за услуги транспорта по доставке товаров до места их использования, если они не включены в цену товаров, установленную договором;
- 3) начисленные проценты по кредитам, предоставленным поставщиками (коммерческому кредиту);
- 4) начисленные до принятия к бухгалтерскому учету товаров проценты по заемным средствам, если они привлечены для приобретения этих запасов (после принятия товаров на учет начисленные проценты отражаются по счету 91 «Прочие доходы и расходы»);
- 5) затраты по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к использованию в запланированных целях (в частности, затраты по подработке, сортировке, фасовке и улучшению технических характеристик товаров);
- 6) иные затраты, непосредственно связанные с приобретением товаров.

В бухгалтерском учете в соответствии с Планом счетов товары в оптовой торговле учитываются на счете 41 «Товары», субсчет 1 «Товары на складах», а издержки обращения – на счете 44 «Расходы на продажу», к которому может быть открыт субсчет 44-1 «Расходы на продажу в оптовой торговле». По дебету счета 44 «Расходы на продажу» накапливаются суммы произведенных торговой организацией расходов, связанных с продажей товаров, работ и услуг за отчетный период, а по кредиту списываются расходы полностью или частично в дебет счета 90 «Продажи». Учитывая отраслевые особенности функционирования торговых организаций, при учете издержек обращения необходимо руководствоваться Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания [Константинова, 2017].

При частичном списании расходов на продажу в торговых организациях подлежат распределению расходы на транспортировку (между проданным товаром и остатком товара на конец каждого месяца). В этом случае остаток по счету 44 «Расходы на продажу» покажет величину транспортных расходов на остаток непроданных товаров. Порядок распределения расходов на транспортировку определен Планом счетов (Инструкцией по применению Плана счетов), а также Методическими рекомендациями по учету издержек обращения, а именно:

1) суммируются транспортные расходы на остаток товаров на начало месяца и произведенные в отчетном месяце;

2) определяются сумма товаров, реализованных в отчетном месяце, и остаток товаров на конец месяца;

3) отношением определенной суммы издержек обращения к сумме реализованных товаров и оставшихся товаров определяется средний процент издержек обращения к общей стоимости товаров;

4) умножением суммы остатка товаров на конец месяца на средний процент указанных расходов определяется их сумма (Т), относящаяся к остатку с товаров на складе на конец месяца.

Такой расчет можно привести к следующей формуле:

$$T + T$$

н.м о.м

$$T = \frac{\text{-----}}{P + \Pi} 100\%,$$

с Р + П

о.м к.м

где Т - транспортные расходы на начало отчетного периода (месяца);

н.м

Т - расходы на оплату транспортных услуг в отчетном периоде

о.м

(месяце);

Р - реализовано товаров в отчетном периоде (месяце);

о.м

П - остаток товаров на складе на конец отчетного периода (месяца).

к.м

Расходы организации оптовой торговли, произведенные в отчетном периоде, но относящиеся к следующим (последующим) периодам, отражаются в издержках обращения как расходы будущих периодов. Эти расходы списываются в течение срока, к которому они относятся. В указанную статью затрат включаются: арендная плата за аренду отдельных

объектов основных фондов при предварительном ее перечислении; расходы по подписке на периодические издания для служебного пользования; расходы на рекламу и подготовку кадров, уплаченные вперед. Алгоритм (порядок) отражения издержек обращения в торговых организациях представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Учет расходов на продажу в организациях оптовой торговли

N п/п	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	Начислена амортизация по основным средствам, предназначенным для обеспечения процесса продажи	44	02
2	Начислена амортизация по нематериальным активам	44	04, 05
3	Использованы материалы при обеспечении процесса продажи (оформление витрин, передача упаковочного материала в фасовочную и др.)	44	10
4	Начислена зарплата сотрудников	44	70
5	Начислены страховые взносы	44	69
6	Расходы по командировке списаны на издержки обращения (без НДС)	44	71
7	Расходы на аренду списаны на издержки обращения (без НДС)	44	60

Сопоставление доходов и расходов по обычной деятельности организации для выявления прибыли или убытка производится с применением счета 90 «Продажи». Если в качестве финансового результата оптовая организация получила прибыль, то в учете будет сделана следующая проводка: Д-т сч. 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» К-т 99 «Прибыли и убытки». Если результатом деятельности организации является убыток, то он отражается: Д-т сч. 99 «Прибыли и убытки» К-т сч. 90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

Сравнение доходов и расходов по прочим видам деятельности осуществляется на счете 91 «Прочие доходы и расходы». Отражение финансового результата от прочей деятельности на счетах бухгалтерского учета будет выглядеть следующим образом:

Д-т сч. 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» К-т сч. 99 «Прибыли и убытки» по итогам деятельности предприятием получена прибыль;

Д-т сч. 99 «Прибыли и убытки» К-т сч. 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» по итогам деятельности предприятием получен убыток.

Таким образом, все хозяйственные операции, связанные с учетом формирования конечного финансового результата и проходящие по сч. 99 «Прибыли и убытки», могут быть разделены на результаты, связанные с продажей (рис. 2).

Основные различия между этими составными частями прибылей и убытков состоят в разной методике отражения фактов хозяйственной деятельности на счетах. Финансовый результат от процесса продажи товаров предварительно выявляют на счете 90 «Продажи», а затем относят на счет 99 «Прибыли и убытки». Финансовый результат от прочих доходов отражают на счете 91 «Прочие доходы и расходы», с которого ежемесячно средства списывают на счет 99 «Прибыли и убытки». На счет 99 «Прибыли и убытки» относят суммы платежей налога на

прибыль и причитающиеся налоговые санкции. Сопоставлением дебетового и кредитового оборотов по счету 99 «Прибыли и убытки» определяют финансовый результат за отчетный период.

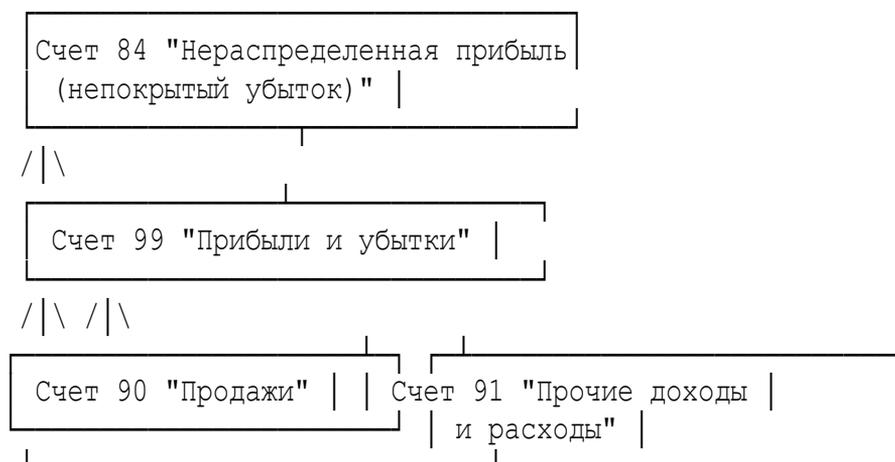


Рисунок 2 - Формирование финансовых результатов на счетах бухгалтерского учета

На основании изложенного проведем анализ факторов, влияющих на формирование прибыли, выявление которых находится в зависимости от экономических внешних и внутренних условий ее формирования. Под воздействием данных условий хозяйственной деятельности предприятия оптовой торговли существенно изменяются абсолютная величина и относительный уровень прибыли. Прибыль и рентабельность в условиях формирования рыночной экономики являются важнейшими показателями хозяйственной деятельности предприятий оптовой торговли. Эти показатели отражают все стороны деятельности предприятий оптовой торговли: объем и структуру оптового товарооборота, рациональность использования ресурсов, осуществление мероприятий по совершенствованию организации завоза, хранения, реализации продукции и т.д.

Величина и уровень прибыли формируются под воздействием многих различных положительных и отрицательных факторов. Количество факторов, определяющих величину прибыли и уровень рентабельности, вряд ли можно четко определить, так как в оптовой торговле их очень много. Все факторы можно разделить на основные, оказывающие наибольшее влияние на сумму и уровень прибыли, и второстепенные, влиянием которых можно пренебречь. Кроме того, всю совокупность факторов можно разделить на внутренние и внешние, причем они тесно связаны между собой.

К *внутренним факторам*, влияющим на прибыль и рентабельность, относятся ресурсные факторы (величина и состав ресурсов, их состояние, условия эксплуатации и хранения), а также факторы, связанные с развитием оптового товарооборота, и можно выделить следующие:

1. Объем оптового товарооборота, при неизменной доле прибыли в цене продукции рост объема продажи позволяющий получать большую сумму прибыли. Объем продажи продукции на предприятии оптовой торговли зависит от времени закупок, завоза и ассортимента, который приходится изменять в связи со спросом в данный момент времени.

2. Товарная структура оптового товарооборота: расширение ассортимента способствует росту товарооборота. Повышение в товарообороте объема продукции более высокого качества позволяет увеличить долю прибыли в цене продукции, поскольку покупатели чаще приобретают данный товар именно из-за его престижности. Это способствует повышению рентабельности.
3. Организация товародвижения: ускоренное продвижение товаров в торговую сеть способствует увеличению товарооборота и снижению текущих расходов. В результате масса и уровень прибыли возрастают.
4. Организация торгово-технологического процесса продажи продукции: для получения прибыли необходимо использовать прогрессивные методы продажи продукции. Это способствует увеличению объема товарооборота, а также снижению его издержко-емкости.
5. Численность и состав работников: достаточная численность при определенном уровне технической вооруженности труда позволяет в полной мере реализовать программу предприятия по получению необходимой суммы прибыли.
6. Моральный и физический износ основных фондов: этот фактор является очень важным для повышения рентабельности оптовой торговли, поскольку использование изношенных основных фондов, морально устаревшего оборудования не позволяет рассчитывать на увеличение прибыли в перспективе.
7. Фондоотдача: с повышением фондоотдачи увеличивается товарооборот в расчете на 1 руб. средств, вложенных в основные фонды.
8. Сумма оборотных средств: чем большей суммой оборотных средств располагает предприятие, тем большую массу прибыли оно получает в результате одного их оборота.
9. Применяемый порядок ценообразования: от размера прибыли, включаемой в цену продукции, зависит сумма получаемой прибыли. Постоянный рост доли прибыли в цене продукции может привести к обратному результату.
10. Организация работы по взысканию дебиторской задолженности: своевременное взыскание дебиторской задолженности способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств, а, следовательно, увеличению прибыли.
11. Организация исковой работы, работы с тарой: данный фактор непосредственно влияет на размер прибыли.
12. Осуществление режима экономии позволяет относительно снижать затраты и увеличивать суммы получаемой прибыли. Экономия предполагает не абсолютное, а относительное снижение текущих расходов.
13. Снижение качества продукции при хранении и сверхнормативных потерь при перевозках и хранении.

К основным *внешним факторам*, формирующим прибыль предприятия оптовой торговли, можно отнести следующие:

1. Емкость рынка. От емкости рынка зависит оптовый товарооборот предприятия. Чем больше емкость рынка, тем больше у предприятия возможностей получить прибыль.
2. Развитие конкуренции. Оно оказывает отрицательное влияние на сумму, и уровень прибыли, так как приводит к усреднению нормы прибыли. Конкурентная борьба требует определенных расходов, снижающих сумму получаемой прибыли.

3. Размер цен, устанавливаемых поставщиками продукции. В условиях конкуренции повышение цен поставщиками не всегда приводит к адекватному повышению продажных цен. Предприятия оптовой торговли предпочитают меньше работать с посредниками, выбирать поставщиков, предлагающих продукцию высокого качества по более низким ценам. Многие предприятия ведут постоянную работу по выбору поставщиков.
4. Цены на услуги предприятий транспорта, коммунального хозяйства, ремонтных и других предприятий.
5. Регулирование государством деятельности предприятий оптовой торговли. Этот фактор относится к основным, определяющим размер прибыли и уровень рентабельности.

Основными же факторами, определяющими размер прибыли и уровень рентабельности, являются:

- объем и структура оптового товарооборота;
- уровень валовых доходов и издержек обращения;
- производительность труда;
- эффективность использования основных и оборотных средств;
- размер прочей прибыли;
- уровень цен.

Экономическое содержание прибыли в оптовой торговле имеет ряд особенностей, которые обусловлены спецификой функций, выполняемых предприятиями оптовой торговли. Прибыль создается живым трудом в сфере материального производства, но источники ее образования в зависимости от места затрат этого труда и создания стоимости прибавочного продукта неодинаковы. В оптовой торговле это: во-первых, часть стоимости прибавочного продукта, созданного в отраслях материального производства, в виде разницы покупных и продажных цен ее услуг по реализации продукции; во-вторых, стоимость прибавочного продукта, созданного трудом работников предприятий оптовой торговли. Выполнение операций производственного характера (транспортирование, хранение, сортировка, упаковка, подработка и фасовка товаров) является продолжением и завершением процесса производства в сфере обращения. В результате выполнения торговлей этой функции товар приобретает полную потребительскую стоимость.

Следовательно, прибыль в оптовой торговле неоднородна по составу и включает часть прибавочного продукта, созданного в других отраслях материального производства и реализованного в оптовой торговле. На прибыль также влияют изменение норм амортизационных отчислений, тарифов, оптовых цен на материалы, используемые в оптовой торговле, излишки (недостачи) товарно-материальных ценностей, доходы и расходы по таре, другие факторы. Сущность прибыли в оптовой торговле более полно и всесторонне раскрывают ее функции: накопления, распределения и стимулирования. Функция накопления реализуется в расширении самофинансирования предприятия оптовой торговли, создании им за счет прибыли фонда своего развития. Прибыль предприятия оптовой торговли является основной частью денежных накоплений, важнейшим источником роста собственных оборотных средств, формирования других финансовых ресурсов.

Прибыль отражает конечный финансовый результат хозяйственной деятельности и является важным показателем экономической эффективности предприятий оптовой торговли. Прибыль показывает, что расходы по доведению товаров до предприятий розничной торговли и

общественного питания полностью возмещаются доходами от продажи продукции, благодаря чему создается устойчивая база для нормальной хозяйственной деятельности. В прибыли как показателе, характеризующем эффективность затрат живого и овеществленного труда, одновременно отражаются количественные (объем реализованной продукции) и качественные (рост производительности труда, улучшение использования основных фондов и оборотных средств, сокращение непроизводительных потерь и расходов) показатели работы предприятия. Прибыль дает возможность сравнивать эффективность хозяйственной деятельности однородных предприятий, работающих в равных условиях и имеющих одинаковую структуру товарооборота. В прибыли отражаются такие важные стороны деятельности предприятий оптовой торговли, как рост объема товарооборота, эффективность использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, соблюдение режима экономии. Таким образом, прибыль – это обобщающий стоимостный показатель экономии затрат и роста накоплений предприятий оптовой торговли.

Наряду с абсолютным показателем прибыли для полной характеристики торгово-финансовой деятельности предприятий оптовой торговли используется ряд относительных показателей прибыли в процентах: к товарообороту; к издержкам обращения; к фонду заработной платы; к основным оборотным средствам.

Завершающим этапом в организации оптовой торговли является планирование и ее использование, в результате чего, в первую очередь определяются пути ее использования (развитие материально-технической базы, формирование финансовых резервов, погашение кредитов и уплата процентов по ним, выплата дивидендов и др.) и потребность в прибыли. После чего сопоставляются данные о потребности, использовании и возможности получения прибыли. Планирование прибыли предприятий оптовой торговли имеет некоторые особенности. При планировании определяются расходы по закупкам, завозу, хранению и оптовой реализации, которые рассчитываются как разница между суммой реализации (исчисленной по средним отпускным ценам) и суммой себестоимости продукции. В прибыль включаются также денежные средства за сданные в аренду холодильные камеры, подсобные помещения и технику. Планирование прибыли осуществляется после составления плана торгово-хозяйственной деятельности, так как размер прибыли зависит, прежде всего, от закупочных цен, объема товарооборота и его структуры, валового дохода, издержек обращения и снижения качества при хранении. В целях сопоставимости плановых расчетов с размерами прибыли предпланового (базисного) периода учитываются возможные изменения цен, оптовых скидок, тарифов, ставок и цен на потребляемые в торговле материалы и другие изменения, которые влияют на валовой доход и издержки обращения. В этой связи для обоснования источников образования прибыли целесообразно в плановых расчетах отражать, насколько изменяется прибыль за счет увеличения товарооборота и обновления его ассортимента, изменения разницы оптовых и розничных цен, уровня издержек обращения и т.д.

При составлении плана прибыли необходимо использовать данные анализа фактической рентабельности по предприятию в целом и по отдельным его подразделениям за предплановый период, в целом за год и по кварталам. При анализе очень важно выявить передовой опыт подразделений, добившихся перевыполнения плана прибыли, тщательно изучить причины роста рентабельности, а также убыточности отдельных цехов; при возможности установить рентабельность по отдельным группам продукции, выявить влияние на рентабельность снижения качества и потерь продукции сверх установленных норм. Проекты планов разрабатываются предприятиями оптовой торговли самостоятельно.

Для анализа планирования прибыли и рентабельности используются экономико-математические и балансовые методы. Для этого все факторы подразделяются на условно-зависимые и условно-независимые от торгово-хозяйственной деятельности предприятий. К условно-независимым факторам, в частности, могут быть отнесены: площадь предприятия, емкость складских помещений, среднегодовая стоимость основных фондов в расчете на 1 тыс. руб. оборота, объем плановых ресурсов и др. К условно-зависимым факторам можно отнести: объем товарооборота, выработку на одного работника, уровень товарных запасов, удельный вес в обороте товаров за счет дополнительных ресурсов и др. Такое подразделение в известной мере носит условный характер. Так, если речь идет об отдельном предприятии оптовой торговли, то такие показатели, как площадь, число рабочих и др., могут быть отнесены к условно-независимым факторам. В масштабе же оптовой торговли этот фактор становится зависимым.

С помощью моделей множественной регрессии можно выявить возможности повышения рентабельности отдельных подразделений за счет зависимых и независимых факторов. Для этого анализируемую совокупность подразделений следует разделить по уровню рентабельности на две группы: 1) относятся подразделения, уровень рентабельности которых выше, чем средний по всем анализируемым подразделениям, 2) остальные. Для обеих групп рассчитываются средние величины факторов, отобранных для включения в регрессивную модель.

Эффект влияния особенностей каждой группы предприятий на уровень рентабельности рассчитывается следующим образом:

1) определяется разность между средними значениями всех показателей по всей совокупности подразделений и соответствующими средними значениями показателей по каждой группе подразделений;

2) полученные отдельные показатели умножаются на соответствующие коэффициенты регрессии;

3) степень совокупного влияния всех рассматриваемых факторов на уровень рентабельности определяется как сумма показателей, полученных в п. 2 по каждой группе подразделений;

4) влияние независимых факторов, ухудшающих показатели рентабельности подразделений второй группы, определяется как сумма показателей, полученных в п. 2, но относящихся к независимым факторам;

5) отрицательное влияние зависимых факторов на уровень рентабельности определяется как разность между итоговыми значениями, полученными в п. 2, для второй группы подразделений и данными п. 4.

Важной задачей оптовой реализации продукции является обеспечение оптимального уровня рентабельности. Прибыль предприятий оптовой торговли формируется, как уже отмечалось, под влиянием закупочных и реализационных цен и издержек обращения. Кроме того, на нее могут влиять факторы, не зависящие от оптовой торговли. Поэтому целесообразность применения показателя прибыли в качестве критерия оптимальности функционирования оптовой торговли как стимулирующего фактора обусловлена применением дополнительных показателей, влиянием накладных расходов в доле затрат по хранению, зависящих от качества продукции, заложенной на хранение, и сверхнормативными потерями веса (естественной убыли) при несоответствующих условиях режима хранения. Это определенно сказывается на прибыли.

На рентабельность закупок и оптовой реализации продукции оказывают влияние и другие факторы, относящиеся к организационно-экономической деятельности самих предприятий оптовой торговли. Это охват всех подразделений; размер товарных запасов; равномерность

поступления, соответствие ассортимента продукции спросу населения; экономичность применяемых методов закупок продукции, ее перевозки и реализации в розничную торговую сеть; применяемые способы перевозки и оплата транспортных услуг; организация приемки продукции по количеству и качеству в местах производства; техническое оснащение трудоемких работ и т.д.

Применение расчетно-конструктивного метода при анализе взаимодействия вышеперечисленных факторов позволит выявить абсолютное значение влияния каждого фактора на прибыль оптовой реализации продукции. В настоящее время за счет увеличения закупочной цены, сокращения издержек обращения и цены реализации доходность увеличилась, соответственно увеличилась рентабельность. Однако уровень прибыли по оптовой реализации продукции для самофинансирования еще недостаточен. Закупка, завоз и реализация продукции не обеспечивают плановые затраты на хранение, снижение качества и сверхнормативные потери. Слабо развивается и техническое оснащение материально-технической базы. Но в то же время еще имеются большие резервы для получения прибыли за счет увеличения закупок продукции, повышения ее качества и сохранности, а также за счет совершенствования способов хранения, реализации и сокращения транспортных расходов.

В условиях рыночной экономики значение прибыли значительно повысилось, она стала выполнять качественно новые функции. Теперь прибыль не только источник внутрихозяйственных накоплений для самофинансирования, но и материальная основа системы экономического стимулирования, а наряду с товарооборотом она является фондообразующим показателем. Одновременно торговая прибыль выступает и как составная часть централизованных денежных ресурсов государства.

Возросшая роль оптовой торговой прибыли требует рациональной, эффективной, экономически обоснованной системы ее распределения и использования.

Порядок распределения и использования в оптовой торговле прибыли должен обеспечить:

- 1) рациональные финансовые взаимоотношения между оптовой торговлей и государственным бюджетом;
- 2) последовательное соблюдение рыночных принципов;
- 3) удовлетворение потребностей предприятий оптовой торговли в денежных средствах на улучшение хозяйственной деятельности;
- 4) создание фондов материального поощрения коллективов структурных подразделений и отдельных работников;
- 5) экономическую заинтересованность работников в повышении прибыли.

Система распределения и использования прибыли в оптовой торговле предусматривает рациональное использование прибыли в интересах государства, предприятий оптовой торговли и их работников. С этой точки зрения очень важно установить правильные пропорции между размерами прибыли, направляемыми в государственный бюджет и на расширение финансовой деятельности предприятия оптовой торговли. Экономически обоснованный порядок распределения прибыли предполагает наиболее эффективное ее использование: на развитие материально-технической базы предприятия; на ускоренное внедрение прогрессивных методов закупок, завоза и хранения продукции; на стимулирование труда работников. В оптовой торговле распределение прибыли зависит от того, какой она является — плановой или сверхплановой. Большая часть сверхплановой прибыли остается в распоряжении предприятия оптовой торговли и используется: на капитальные вложения в соответствии с размерами, установленными финансовым планом; на образование фондов экономического

стимулирования; на погашение долгосрочных ссуд банков, полученных на капитальные вложения, в пределах, предусмотренных финансовым планом; в фонд возмещения сверхплановых потерь, а также продукции, потерявшей свое первоначальное качество при хранении; на покрытие коммунальных услуг и прочие затраты, предусмотренные финансовым планом; на отчисление налогов в государственный бюджет.

Заключение

Таким образом, распределение прибыли влияет на заинтересованность предприятий оптовой торговли, их коллективов и отдельных работников в улучшении работы и повышении рентабельности. Под распределением прибыли понимается порядок ее направления, определяемый законодательством. В рыночной экономике значительная часть прибыли изымается в виде налогов, которые направляются на пополнение доходной части государственного бюджета.

В целом можно отметить и использование общей схемы формирования финансового результата (прибыли или убытка) хозяйствования организаций оптовой торговли, который складывается из финансового результата операций, являющихся предметом ее основной деятельности, прочей деятельности. При этом следует учитывать, что формирование финансового результата происходит под влиянием различных факторов. Основными факторами, влияющими на достижение стратегических целей по увеличению массы прибыли, являются факторы, выявляемые в результате мониторинга внешней среды организации, что особенно актуально для крупных оптовых организаций. Важнейшим условием успешного развития организаций оптовой торговли является совершенствование системы бухгалтерского учета, в частности учета финансовых результатов хозяйственной деятельности. Финансовый результат как интегрированный показатель деятельности организации определяет эффективность деятельности предприятия в целом. Эффективная финансово-хозяйственная деятельность организаций оптовой торговли возможна при условии правильной постановки организации бухгалтерского учета финансовых результатов и совершенствования существующих способов ведения первичного, текущего учета и разработки новых форм подходов к торгово-коммерческой деятельности оптовых организаций, а также оценки финансового состояния и их устойчивости.

Библиография

1. Ежемесячный мониторинг социально-экономического положения. 2015 – март 2018.
2. Карпова Н.В. Формирование финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности организаций оптовой торговли // Все для бухгалтера. 2011. №2. С. 6-13.
3. Константинова Е.В. Глобализационные факторы становления сферы финансовых технологий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. №9. С 248-261.
4. Константинова Е.В. Методы квалиметрической оценки прогнозирования финансовой ситуации на рынках посредством нейронной сети // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Том 7. № 7В. С. 200-208.
5. Литау Е.Я. К вопросу об управлении финансами малого предприятия // Экономика и управление. 2016. № 9 (131). С. 52-59.
6. Литау Е.Я. Проблема управления финансами малого предприятия: теория информационной проблемы и новый подход к процессу изучения финансов // Экономика и управление. 2016. № 8 (130). С. 52-55.
7. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций: Приказ Минфина России от 31.10.2000 № 94н.
8. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 32н.
9. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н.

Peculiarities of financial results of wholesale organizations

Tat'yana V. Kushnarenko

Doctor of Economics,
Department of accounting, analysis and audit,
Don State Technical University,
344002, 1, Gagarina square, Rostov-on-Don, Russian Federation;
e-mail: tvkushnarenko@mail.ru

Abstract

The paper shows that the use of a general scheme of forming a financial result (profit or loss) of managing wholesale organizations, which is composed of the financial result of operations that are the subject of its main activity, other activities. It should be borne in mind that the formation of financial results occurs under the influence of various factors. The main factors influencing the achievement of strategic goals to increase the mass of profits are the factors identified as a result of monitoring the external environment of the organization, which is especially important for large wholesale organizations. The most important condition for the successful development of wholesale organizations is the improvement of the accounting system, in particular, accounting for the financial results of business activities. The financial result as an integrated indicator of the organization determines the effectiveness of the enterprise as a whole. Effective financial and economic activities of wholesale organizations are possible provided that the organization of accounting financial results is correctly set and existing methods of conducting primary and current accounting and the development of new forms of approaches to the trade and business activities of wholesale organizations are improved, as well as the assessment of financial condition and their sustainability.

For citation

Kushnarenko T.V. (2018) Osobennosti formirovaniya finansovykh rezul'tatov organizatsii optovoi trgovli [Peculiarities of financial results of wholesale organizations]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (12A), pp. 501-516.

Keywords

Trade, organization of wholesale trade, financial and economic activity, profitability, revenue and expenditure, profit and loss, profit margins, costs of treatment, accounting.

References

1. Ezhemesyachnyi monitoring sotsial'no-ekonomicheskogo polozheniya. 2015 – mart 2018 [Monthly monitoring of socio-economic status. 2015 – March 2018].
2. Karpova N.V. (2011) Formirovanie finansovykh rezul'tatov finansovo-khozyaistvennoi deyatelnosti organizatsii optovoi trgovli [Formation of financial results of financial and economic activities of wholesale organizations]. *Vse dlya bukhgaltera* [Everything for an accountant], 2, pp. 6-13.
3. Konstantinova E.V. (2018) Globalizatsionnye faktory stanovleniya sfery finansovykh tekhnologii [Globalization factors of the development of the sphere of financial technologies]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9, pp. 248-261.
4. Konstantinova E.V. (2017) Metody kvalimetricheskoi otsenki prognozirovaniya finansovoi situatsii na rynkakh posredstvom neironnoi seti [Methods of qualimetric assessment of forecasting the financial situation in the markets]

-
- through a neural network]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 7, 7B, pp. 200-208.
5. Litau E.Ya. (2016) K voprosu ob upravlenii finansami malogo predpriyatiya [On the issue of managing the finances of a small enterprise]. *Ekonomika i upravlenie* [Economics and Management], 9 (131), pp. 52-59.
 6. Litau E.Ya. (2016) Problema upravleniya finansami malogo predpriyatiya: teoriya informatsionnoi problemy i novyi podkhod k protsessu izucheniya finansov [The problem of managing small business finances: the theory of information problems and a new approach to the process of studying finances]. *Ekonomika i upravlenie* [Economics and Management], 8 (130), pp. 52-55.
 7. Plan schetov bukhgalterskogo ucheta finansovo-khozyaistvennoi deyatel'nosti organizatsii: Prikaz Minfina Rossii ot 31.10.2000 № 94n [Chart of accounts for accounting of financial and economic activities of organizations: Order of the Ministry of Finance of Russia of 31.10.2000 No. 94n].
 8. Polozhenie po bukhgalterskomu uchetu «Dokhody organizatsii» PBU 9/99: Prikaz Minfina Rossii ot 06.05.1999 № 32n [Accounting standard "Income of the organization" PBU 9/99: Order of the Ministry of Finance of Russia of 06.05.1999 number 32n.].
 9. Polozhenie po bukhgalterskomu uchetu «Raskhody organizatsii» PBU 10/99: Prikaz Minfina Rossii ot 06.05.1999 № 33n [Accounting standard "Expenses of the organization" PBU 10/99: Order of the Ministry of Finance of Russia from 06.05.1999 № 33n.].