Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого»

Министерства здравоохранения Российской Федерации

ФГБОУ ВО КрасГМУ им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого Минздрава России

Кафедра фармации с курсом ПО

Реферат на тему

 Анализ рентабельности предприятия

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Выполнил:

ординатор кафедры фармации

специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации

Ф.И.О. Ерошенко Анастасия Дмитриевна

Красноярск

2023

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ......................................................................................................... | 4 |
| ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ....................................................................................................... | 6 |
| Экономическая сущность прибыли и источники ее формирования............. | 6 |
| Факторы, влияющие на прибыль предприятия .............................................. | 13 |
| Рентабельность торгового предприятия: методика ее расчета..................... | 16 |
| РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АПТЕКИ. БИЗНЕС ПЛАН ИНВЕСТИЦИИ.................................................................................................. | 19 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ.................................................................................................. | 26 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.................................................................................. | 27 |

## ВВЕДЕНИЕ

Оптовая и розничная торговля являются в настоящее время в России весьма популярными видами деятельности у различных хозяйствующих субъектов. Значителен вклад торговли в отрасли экономики Российской Федерации. Основная масса материальных благ, используемая населением для личных нужд, получена через торговлю.

Торговля представляет собой огромную отрасль экономики, в которую вовлечена большая часть населения страны – либо как покупатели, либо как продавцы. В условиях рыночных отношений торговля занимает все более значительное место в структуре общественного производства и распределения.

Большой объем товарных запасов, которым располагает розничная торговля, составляют преобладающую часть оборотных средств организации. Ежедневно в деятельности торговой организации происходит множество хозяйственных процессов, которые связаны с оборотом товаров: приобретение, транспортировка, приемка, выбраковка, погрузка и разгрузка, хранение, продажа, доставка до покупателя, уценка, списание.

Среди многообразия хозяйственных операций особенное значение приобретают такие показатели, как прибыль и рентабельность. Именно они являются финансовыми результатами деятельности торговых предприятий, отражают степень правильности выбранной ими финансовой стратегии.

В условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к ее получению и повышению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы.

Однако с помощью прибыли невозможно оценить все аспекты деятельности предприятия. Именно поэтому при анализе производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия используется система показателей рентабельности, которые выражают экономическую зависимость и взаимосвязь ряда показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Таким образом, показатели прибыли и рентабельности очень важны для оценки эффективности деятельности торговых предприятий – изучение их весьма необходимо. Именно поэтому тема настоящей работы актуальна.

**Цель** настоящей работы – изучить показатели рентабельности предприятия в сфере фармацевтической деятельности (аптека).

**Основные задачи**: изучить теоретические аспекты формирования прибыли и рентабельности торгового предприятия; рассмотреть некоторые показатели на примере аптеки.

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРИБЫЛИ И ИСТОЧНИКИ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ

В качестве основы рыночного механизма используются экономические параметры, которые нужны для планирования и объективной оценки производственно-хозяйственной деятельности компании, образования и применения специальных фондов, соизмерения затрат и финансовых результатов на некоторых стадиях процесса воспроизводства. В условиях рыночной экономики важную роль в системе экономических параметров играет прибыль.

Основная цель предпринимательской деятельности в условиях рыночной системы хозяйствования заключается в получении прибыли – дохода, превышающего первоначально авансируемые средства и потраченные на создание продукции производственные ресурсы. Отрицательный результат хозяйственной деятельности свидетельствует о ее убыточности.

Прибыль – это конечный финансовый показатель, который характеризует хозяйственно-производственную деятельность компании, т.е. формирует основу экономического развития компании. Рост прибыли порождает финансовый фундамент для самофинансирования предприятия, осуществляя расширенное производство. За счет прибыли выполняется множество обязательств перед банками, бюджетом и прочими учреждениями. Итак, прибыль становится важным компонентом для оценки финансовой и производственной активности компании. Она характеризует деловую активность, а также финансовую стабильность предприятия [9].

Посредством отчислений от прибыли в бюджет формируется основная часть финансовых ресурсов государства, местных и региональных органов власти, и от их увеличения в существенной степени зависят темпы экономического развития государства, регионов, приумножения общественного богатства. В конечном итоге, определяется повышение жизненного уровня граждан. Прибыль – это разность между суммой доходов и расходов, которые получены от разных хозяйственных операций. Вот почему она характеризует конечный финансовый итог деятельности компаний.

Главным параметром прибыли, который применяется для оценки хозяйственной и производственной деятельности предприятия, выступает: прибыль от продаж, валовая прибыль, налогооблагаемая прибыль; прибыль, которая остается в распоряжении компании.

Ввиду того, что большую часть прибыли компании получают от продажи выпускаемой продукции, сумма прибыли находится под влиянием многих факторов: ассортимента, изменения объема, качества, структуры реализованной и произведенной продукции, себестоимости некоторых изделий, уровня цен, степени эффективности применения производственных ресурсов. Из прибыли осуществляются отчисления в бюджет, платятся проценты по банковским кредитам, производятся расчеты с контрагентами.

Основное назначение прибыли сегодня в компании – показать степень эффективности сбытовой и производственной активности. Это объясняется тем, что в размере прибыли должно отражаться соответствие индивидуальных расходов компании, связанных с производством и реализацией собственной продукции, а также выступающих в форме себестоимости, общественно нужных расходов, косвенным отражением которых должна быть стоимость изделия. Рост прибыли при стабильных оптовых ценах говорит о снижении индивидуальных расходов компании на реализацию и производство продукции [14].

Сегодня растет значимость прибыли как объекта распределения, который создан в области материального производства чистого дохода между компаниями и государством, разными отраслями народного хозяйства, между предприятиями одинакового профиля, между сферой материального производства и непроизводственной сферой, между компанией и ее сотрудниками.

Работа компании в условиях переходной экономики связана с повышением стимулирующей роли прибыли. Применение прибыли в качестве главного оценочного параметра способствует увеличению производственного объема, реализации продукции, повышению ее качества, улучшению применения производственных запасов. Усиление роли прибыли объясняется также реальной системой ее распределения, на основании с которой растет заинтересованность компаний в увеличении не только общей прибыли, но и той части, которая остается на распоряжении компании и применяется как основной источник средств, которые направляются на производство и социальное развитие, на материальное поощрение сотрудников на основании качества затраченного труда [20].

Общую схему создания прибыли можно представить в следующем виде:

Д-Т-Д’ (1)

где Д – первоначальные затраты капитала на осуществление деятельности;

Т – необходимые для деятельности фирмы товары;

Д’ – прирост первоначально затраченных денежных средств.

Предпринимательская прибыль (убыток) – важнейший экономический показатель, отражающий положительный (отрицательный) финансовый результат хозяйственной деятельности [11].

Прибыль выполняет следующие функции:

* является источником инвестирования в собственное производство;
* служит основным стимулом для расширения деятельности, применения нововведений;
* является базой для формирования бюджетов всех уровней.

Прибыль создает гарантии дальнейшего существования предприятия, поскольку только доход и его накопление в виде различных резервных фондов позволяют ограничивать и преодолевать риски, связанные с реализацией товаров на рынке.

Источниками получения прибыли являются:

* непрерывное повышение профессионализма и квалификации работников;
* модернизация и техническое перевооружение производства;
* совершенствование технологии производства продукции или создания услуг и др. [16]

Совокупность всех вырученных от реализации готовой продукции средств называется выручкой от реализации. Одна часть доходов предпринимателя идет на покрытие затраченных средств, другая представляет собой добавленную стоимость, которая в свою очередь состоит из стоимости рабочей силы и предпринимательского дохода.

Условие получения прибыли – превышение доходов над расходами. Каждое предприятие в процессе осуществления хозяйственной деятельности несет расходы – на приобретение оборудования, производственного и офисного помещений, покупку сырья, материалов, полуфабрикатов, топлива, энергии и др.

Прибыль – это основа развития и расширения хозяйственной деятельности, а также источник формирования бюджетов различных уровней. Структура валового дохода предприятия представлена на рис. 1.



Рисунок 1 – Структура валового дохода предприятия

Прибыль предприятий различных организационно-правовых форм собственности распределяется в соответствии с учредительными документами и уставом. Распределению подлежит располагаемая прибыль, оставшаяся у предприятия после выплаты налогов и дивидендов акционерам. Оставшаяся часть прибыли идет на формирование и накопление резервного фонда, закупку нового оборудования, технологии, содержание находящихся на балансе предприятия объектов социальной сферы, поощрение труда наемных работников (рис. 2).

Рассмотрим методы расчета прибыли.

Общая прибыль – валовый доход – издержки производства (2)

Экономическая прибыль на все ресурсы =

= Валовый доход – Экономические издержки на все ресурсы (3)



Рисунок 2 – Распределение валовой прибыли

Бухгалтерская прибыль = Валовый доход – Явные издержки (4)

Чистая экономическая прибыль =

= Бухгалтерская прибыль – Неявные издержки производства (5)

Чистая прибыль = Общая прибыль

– Налоги, обязательные платежи (6)

Нормальная прибыль = Нормативная отдача на капитал +

+ Норма предпринимательского дохода (7)

Хозяйственная прибыль =

= Нормальная прибыль + Экономическая прибыль (8)

Предельная прибыль = Предельный доход – Предельные издержки (9)

Итак, прибыль играет решающую роль в стимулировании перспективного роста эффективности производства, усиления материальной заинтересованности сотрудников в достижении высоких показателей деятельности своей компании. Дальнейшее усиление стимулирующей и распределительной роли прибыли связано с совершенствованием механизма ее перераспределения.

### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изменение экономических показателей за тот или иной период времени осуществляется под действием большого количества разных факторов. Многообразие факторов, которые влияют на прибыль, требует их классификации, которые играет важную роль для определения главных направлений, поиска запасов повышения эффективности хозяйствования.

Факторы, которые влияют на прибыль, могут классифицироваться по разным признакам. Так, принято выделять внутренние и внешние факторы. К внутренним факторам относятся те, которые зависят от деятельности самой компании и характеризуют разные стороны работы коллектива. Внешними факторами относятся факторы, которые не зависят от деятельности компании, но некоторые из них могут влиять на темпы роста прибыли и рентабельности производства [5].

В то же время внутренние факторы делятся на внепроизводственные и производственные. Внепроизводственные факторы связаны преимущественно с коммерческой, претензионной, природоохранной и прочими аналогичными видами деятельности компании. Производственные факторы показывают наличие и применение главных компонентов производственного процесса, которые участвуют в формировании прибыли – средства труда, предметы труда, а также собственно труд.

По каждому из тех компонентов выделяются группы интенсивных и экстенсивных факторов. Экстенсивными считаются факторы, которые отражают объем производственных ресурсов (например, изменение численности сотрудников, стоимости главных фондов), их применение по времени (изменение длительности рабочего дня, коэффициента сменности оборудования и так далее), а также непроизводственное применение ресурсов (расходы на материалы брака, потери из-за отходов) [15].

Интенсивные факторы – отражают эффективность применения ресурсов или способствующих тому (например, повышение квалификации сотрудников, повышение производительности оборудования, внедрение прогрессивных технологий).

При осуществлении производственной деятельности компании, которая связана с производством, реализацией товаров и получением прибыли, эти факторы находятся в тесной взаимосвязи и зависимости.

Первичные производственные факторы влияют на прибыль посредством системы обобщающих факторных параметров высокого порядка. Данные показатели отражают, с одной стороны, объема и эффективности применения их потребленной части, которая участвует в формировании стоимости.

Таким образом, сделаем вывод о том, что одинаковые компоненты производственного процесса, именно средства труда, предметы труда и сам труд, рассматриваются с одной стороны, как основные первичные факторы роста объема промышленной продукции, а с другой – как главные первичные факторы, которые определяют производственные издержки.

Так как прибыль – это разность между объемом произведенных товаров и ее себестоимостью, то величина, темпы роста зависят от тех же трех первичных производственных факторов, которые влияют на прибыль посредством системы показателей объема промышленной продукции, а также производственных издержек.

На объем прибыли существенно влияют следующие факторы:

* внешние;
* внутренние.

К внешним факторам относятся:

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

К внутренним факторам относятся:

* объем валового дохода (и факторы, его определяющие);
* размер издержек обращения;
* производительность труда;
* скорость оборачиваемости товаров;
* наличие собственных оборотных средств;
* эффективность использования основных средств [12].

Итак, на размер прибыли оказывают влияние следующие факторы:

* выручка от реализации;
* доходы от долевого участия в других фирмах;
* доходы от ценных бумаг;
* превышение полученных штрафов, пени, неустоек над уплаченными.
* цены, тарифы, сборы;
* процентная ставка по ссудам;
* налоги;
* себестоимость;
* оборачиваемость оборотных средств.

Следовательно, успех предпринимательской деятельности предопределяется результативностью использования наличного производственного аппарата, рыночной инфраструктуры и всех ресурсов, имеющихся у предприятия или предпринимателя.

### РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: МЕТОДИКА ЕЕ РАСЧЕТА

При рыночной экономике результаты деятельности оцениваются системой показателей, основным среди которых является рентабельность, определяемая как отношение прибыли к одному из показателей функционирования торгового предприятия. При расчете рентабельности могут быть использованы разные показатели прибыли. Это позволяет выявить не только общую экономическую эффективность работы предприятия, но и оценить другие стороны его деятельности.

Нормой прибыли считается показатель рентабельности, исчисленный процентным соотношением суммы чистой прибыли к объему товарооборота или стоимости всего капитал [13].

Расчет общей экономической рентабельности (прибыльности) торгового предприятия выполняется по формуле

Рο = П/Т • 100, (10)

где Рο – общая экономическая рентабельность хозяйственной деятельности предприятия;

П – сумма прибыли (валовой или чистой);

Т – объем товарооборота (без НДС).

Данная формула расчета применима и для определения прибыльности капитала (вложенных средств) торгового предприятия: показатель товарооборота надо заменить на показатель капитала. Преобразовав эту формулу путем умножения и деления на показатель товарооборота, получим два показателя: рентабельность товарооборота (продаж) и оборачиваемость капитала:

Рο = П/К • Т/Т = П • Т/ Т • К = П/Т • Т/К или Рο = Рт • Ок, (11)

где Рт – рентабельность товарооборота (продаж);

Ок – оборачиваемость капитала предприятия (число оборотов).

Рентабельность товарооборота (продаж) (Рт) отражает зависимость между прибылью и товарооборотом и показывает величину прибыли, полученную с единицы проданного товара.

Коэффициент прибыльности продаж (П/Т) характеризует долю прибыли в товарообороте. По соотношению чистой прибыли и товарооборота можно более точно судить о финансовом результате деятельности торгового предприятия [9].

Оценка чистой рентабельности продаж имеет долгосрочный характер, поскольку определяет решение инвестора о вложении средств в капитал торговой фирмы путем покупки ее ценных бумаг.

Число оборотов капитала (Ок) отражает отношение товарооборота к величине капитала предприятия. На основе этого показателя можно определить сумму товарооборота на 1 руб. вложенного капитала.

Чем выше объем товарооборота, тем больше число оборотов вложенного капитала. Этот показатель можно воспринимать как оборачиваемость капитала, поскольку он показывает, сколько раз за данный период времени оборачивается каждый рубль вложенного капитала.

Регулирование общей экономической рентабельности сводится к воздействию на оба составляющих ее показателя – рентабельность продаж и оборачиваемость капитала.

Для характеристики эффективности использования собственного капитала определяют долю прибыли в собственном капитале (собственных средств) по соотношению прибыли (П) и средней величины собственного капитала (Кс):

Рк = П / Кс (12)

Показатель рентабельности собственного капитала (Рк) имеет важное значение для акционеров торгового предприятия. Он служит критерием оценки уровня котировки акций акционерного торгового предприятия на фондовой бирже, этот показатель позволяет инвесторам оценить потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные бумаги. На основе данного показателя можно определить период (число лет), в течение которого полностью окупаются средства, вложенные в акционерное торговое предприятие (1 / Рк) [8].

Рентабельность производственных фондов торгового предприятия определяется по соотношению суммы прибыли (валовой, чистой) и средней стоимости основных и материальных оборотных средств, умноженному на 100:

Рф = [П: (ОФ + МС) ∙ 100], (13)

где Рф – рентабельность основных фондов, %;

П – сумма прибыли (валовой или чистой), руб.;

ОФ – средняя стоимость основных средств (фондов), руб.;

МС – средняя стоимость материальных оборотных средств, руб.

Наряду с показателями товарооборота, капитала, основных и оборотных средств для расчета уровня рентабельности (коэффициентов) применяются и другие показатели: издержки обращения, торговая площадь, численность персонала, каждый из которых подчеркивает определенный аспект результатов деятельности торгового предприятия.

Таким образом, показатели прибыли и рентабельности отражают эффективность деятельности предприятия.

## РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АПТЕКИ. БИЗНЕС ПЛАН

**ИНВЕСТИЦИИ**

Общая сумма инвестиций – 2 миллиона рублей. Она включает затраты на ремонтные (декоративные) работы в торговом помещении, покупку оборудования (торгового и холодильного), первичную оптовую закупку товара для продажи.

Структура инвестиций:

Собственный капитал - 30%;

Банковский кредит - 70%.

Предприниматель планирует взять кредит в местном банке под 16% годовых, с аннуитетным графиком погашения суммы, сроком до пяти лет. Для этого будет заложена собственность - принадлежащее бизнесмену помещение одной из аптек.

Сроки окупаемости. Основываясь на предыдущем опыте и учитывая текущую ситуацию по новому проекту, были сделаны следующие расчеты: Срок окупаемость (простой) - 6 лет и 4 месяца. Срок окупаемости (дисконтный) - 8 лет и 3 месяца. Чистая приведенная стоимость (NVP) - 1 249 000 рублей. Внутренняя норма доходности (IRR) - 32% .

Расчеты были сделаны для временного отрезка в 10 лет.

Реализуемые товары для аптеки.

 Товарная номенклатура в бизнес-плане аптеки содержит в основном наиболее востребованные препараты: антиаллергические средства, антимикробные средства, сердечно-сосудистые и другие.

Инвестиционный план для открытия аптеки.

Начальный инвестиционный капитал будет составлять 2 миллиона рублей.

Расходы:

Ремонт помещения - 500 000 рублей;

Расходы на оборудование:

Витрины вертикальные 3 000\*8 = 24 000 руб;

Витрины горизонтальные 5 000\*4 = 20 000 руб;

Холодильники 35 000\*2= 70 000 руб;

Прилавок для кассира 20 000\*1= 20 000 руб;

Кассовый аппарат 20 000\*1= 20 000 руб;

Мебель:

Стол 3 000\*1= 3 000 руб;

Стул 1 000\*1= 1 000 руб;

Вклад в оборотный капитал:

Первичная закупка товара - 1 342 000 руб.

ИТОГО: - 2 000 000 руб.

План периодичности инвестиций и работ.

Аренда помещения + Заказ дизайна помещения + Ремонт и оформление помещения + Приобретение и монтаж оборудования + Приобретение мебели и оргтехники + Получение требуемых разрешений (СЭС, Госпожнадзор) + Получение лицензии + Заказ Маркетинговой кампании + Запуск Маркетинговой кампании + Первое открытие + \*Детальный план по приобретению и установке оборудования не требуется.

Так как приобретение будет единоразовым, а установка будет делегирована подрядчику.

Производственный план. Торговая точка.

В качестве торговой точки в бизнес-плане аптечного бизнеса была выбрана коммерческая недвижимость, сдаваемая в аренду, в одном из ТЦ. Общая площадь аптеки - 60 кв. метров. Площадь распределяется так: 8 кв. метров - складское помещение; 52 кв. метра - в торговый зал.

График работы аптеки .

Рабочий график нашего бизнеса будет учитывать время работы торгового центра, то есть мы открыты с 10:00 по 21:00. Процесс производства Данным процессом в этом бизнес-плане аптечного бизнеса, мы будем считать процесс доставки продукции со складов поставщика до конечного покупателя. Упрощенно это выглядит так: Сотрудник поставщика доставляет приобретенные товары в наше складское помещение. Подписываем все требуемые бумаги; Сотрудник нашей компании (продавец) раскладывает товарные наименования по соответствующим местам (холодильник и витрины); По требованию покупателя, товар изымается из витрины/холодильника и пробивается на кассе; Выручка от хозяйственной деятельность инкассируется каждый день.

Себестоимость: Себестоимость продукции является переменной, но за основу берем цену от нашего поставщика. Средний объем маржи (наценка) составляет примерно 30%.

Маркетинговый план. Конкуренты.

Для начинающего аптечный бизнес предпринимателя не является секретом высококонкурентность данной отрасли бизнеса. Причиной является относительно большая доля доходности данного сегмента. В том числе сказывается и отсутствие ограничений по месторасположению открываемых точек (например, алкогольную продукцию и табачные изделию продавать возле учебных заведений запрещено). В городе Красноярске на данный момент открыто более 1 500 аптек разного типа. В выбранном нами торговом центре, вблизи нашей точки, находится прямой конкурент. Однако высокая проходимость выбранного торгового центра, а также гибкая ценовая политика (небольшое снижение цен на товары “локомотивы”), должна способствовать оттоку покупателей от точки конкурентов. Локация Локацией для нашей аптеки мы выбрали ТЦ в городе Красноярск. Было выбрано подходящее помещение на первом этаже здания, несмотря на более высокую стоимость аренды данного помещения.

Ценовая политика и номенклатура продукции.

Средний показатель маржи на каждую единицу продукции будет равен 30%. Планируемый средний чек составит 1 000 руб на 1 клиента. При достижения намеченного объема реализации продукции, средняя проходимость нашей точки будет равняться 100 покупателям в день. Планируемый объем реализации продукции.

Учитывая выбранную локацию для нашей аптеки, мы планируем скорый выход на требуемый ежедневный объем реализации лекарственных средств, согласно нашему примеру бизнес плана аптеки с расчетами (актуально для 2022 года). В графике ниже отобразили планируемый объем: Для большей корректности наших расчетов, мы учтем также фактор сезонности, который может повлиять на объем продаж в этой отрасли: График иллюстрирует сезонность в продажах. Данный фактор очень важен при планировании графиков работы персонала и их отпусков, а также при крупных закупках продукции.

Маркетинговая стратегия.

Для уменьшения времени выхода на запланированный объем реализации лекарственных средств, мы хотим использовать следующий инструментарий Маркетинга:

Помещение оформим в цветах и фирменном стиле нашего бренда (начиная с витрин и заканчивая вывеской) - примерно 25 000 рублей;

Промоутер с флаерами - от 5 000 рублей;

Договоримся с управляющими ТЦ о размещении баннера (указатель) на этажах выше (примерный текст “Аптека на 1 этаже”).

Планируем разместить на первые 3 месяца - 5 000 рублей в месяц.

Организационный план. Регистрация юридического лица.

Наш предприниматель уже владеет фирмой (является юридическим лицом), следовательно, открытие еще одного не требуется (в вашем случае потребуется открыть “ООО” с выбором упрощенной системы налогообложения (доходы за вычетом расходов). Получение новой лицензии на открытие аптеки всё равно потребуется.

Структура штатных единиц. Еще одним преимуществом обладания схожих торговых точек является отсутствие необходимости в большом объем дополнительного штата. Однако нам придется увеличить оклад текущих работников компании. Ниже, мы отображено количество сотрудников и расходы по ним:

\*Директор 1 - 5 000 оклад + премия 10% от прибыли точки;

Провизор 4 - 12 000 оклад + премия 3% от выручки точки;

Уборщица 1 -10 000 оклад;

\*Бухгалтер 1 - 5 000 оклад;

Подсобный рабочий 1 - 10 000 оклад.

ИТОГО: 8 человек = 42 000 руб.

\*- в фирме уже имеется аналогичная должность, не требует найма дополнительной рабочей силы.

Иерархия штата работников в компании: Финансовый план.

Для построения модели окупаемости бизнес-модели в него закладываем процент инфляции в стране равный 10% (в год), в том числе и процентные ставки по текущим ставкам налога для предпринимателей в Российской Федерации.

Получается следующая картина:

Налог на полученную прибыль - 15%;

НДФЛ - 13%;

Социальные отчисления - 34,2%;

НДС - 0%.

Мы уже выше упоминали о коэффициенте дисконтирования, который мы также включили в наши расчеты (11%).

Окупаемость проекта.

По детальным расчетам от ведения хозяйственной деятельности в рамках данной аптеки, были получены следующие показатели: Срок окупаемости проекта (простой) - 6 лет, 4 месяца.

Срок окупаемости (дисконтный) - 8 лет, 3 месяца.

Чистая приведенная стоимость (NVP) - 1 249 000 рублей.

Внутренняя норма доходности (IRR) - 32%.

Расчеты были сделаны для временного отрезка в 10 лет.

Точка безубыточности.

В дополнение к вышеупомянутым расчетам, мы также посчитали точку безубыточности предприятия, которая составила чуть более 690 000 рублей за каждый месяц. Подобных показателей наша точка сможет достичь лишь по истечению пяти месяцев с момента открытия.

Жизнеспособность бизнес-модели.

Для предотвращения потерь в связи с колебанием стоимости продукции и затрат, было решено проверить бизнес-модель на жизнеспособность в условиях колебания среднерыночных цен (колебание маржи), цен поставщиков и операционных затрат. Этот показатель называется Чистая приведенная стоимость (NVP), который мы отобразили ниже:

Показатель -20% -10% 0% +10% +20%

Цены - 1 347 - 128 1 249 2 341 3 492

Цены от поставщиков 2 013 1 688 1 249 871 423

Затраты 1 687 1 455 1 249 1 012 854

Анализ рисков.

Если учесть все вышесказанное, то дисконтированный период окупаемости нашего проекта будет равняться 10 годам. Мы должны учитывать, что данный временной отрезок очень большой и за это время могут произойти события, отрицательно или положительно влияющие на показатели доходности нашего предприятия. Давайте ознакомимся с возможными факторами, которые могут оказать сильное влияние на наш бизнес.

Рождаемость уменьшается.

Важный социальный фактор, который будет отрицательно влиять на приобретение лекарственных средств для детей первых лет жизни и новорожденных. Для нас это важно, так как именно в этом возрасте дети болеют часто, соответственно нуждаются в лекарственных препаратах.

Изменения в налогообложении.

Важный фактор политической среды, который может безвозвратно повлиять на чистую прибыль и дальнейшую судьбу вашего предприятия.

Снижение маржи.

Специфическим фактором для нашей сферы является регулирование цен на лекарственные средства. Если государственные органы примут законопроект о снижение максимальной цены на препараты, то это существенно может отразиться на нашей прибыли.

Фактор прогресса.

Появление лекарственных препаратов лучше или навсегда излечивающих пациентов скажется на нашей прибыли. Мы не желаем людям зла или болезней, просто должны учитывать этот фактор, так как он напрямую влияет на объем наших продаж.

Повышение аренды.

Повышение цены на уже раскрученную торговую точку арендодателем является не столь редкой практикой. Мы должны учитывать эту возможность и заранее договориться об условиях возможного повышения цен. Более высокая аренда заставит нас увеличить цены на лекарства, тем самым снизив объем продаж (при той же средней марже).

##

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе были рассмотрены особенности формирования показателей прибыли и рентабельности торговых предприятий.

Прибыль – это конечный финансовый показатель, который характеризует хозяйственно-производственную деятельность компании, т.е. формирует основу экономического развития компании. Рост прибыли порождает финансовый фундамент для самофинансирования предприятия, осуществляя расширенное производство. За счет прибыли выполняется множество обязательств перед банками, бюджетом и прочими учреждениями. Итак, прибыль становится важным компонентом для оценки финансовой и производственной активности компании. Она характеризует деловую активность, а также финансовую стабильность предприятия.

Прибыль – это разность между суммой доходов и расходов, которые получены от разных хозяйственных операций. Вот почему она характеризует конечный финансовый итог деятельности компаний.

При рыночной экономике результаты деятельности оцениваются системой показателей, основным среди которых является рентабельность, определяемая как отношение прибыли к одному из показателей функционирования торгового предприятия. При расчете рентабельности могут быть использованы разные показатели прибыли. Это позволяет выявить не только общую экономическую эффективность работы предприятия, но и оценить другие стороны его деятельности.

Изменение экономических показателей за тот или иной период времени осуществляется под действием большого количества разных факторов.

В результате проведения мероприятий по импортозамещению и сокращения управленческих расходов произойдет рост показателей прибыли и рентабельности – управление предприятием станет более эффективным.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1.Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014) // СПС "Консультант-Плюс". [ Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/

2.Положение по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008), утв. Приказом Минфина России от 06.10.2008 г. №106н (Зарегистрировано в Минюсте РФ 27 октября 2008 г. N 12522)// журнал "Главбух". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.glavbukh.ru/doc/

3.Бабаев Ю.А. Бухгалтерский учет: учеб./ Ю. А. Бабаев, А. М. Петров, Л. А. Мельникова; ред. Ю. А. Бабаев. – 3-е изд. – М.: Проспект, 2013. – 429 с.

4. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. – М.: Ассоциация авторов и издателей. ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 2013.

5.Богаченко В.М. Основы бухгалтерского учета. – Ростов на/Д: Феникс, 2013. – 336 с.

6.Вещунова Н. Л. Бухгалтерский учет : учеб. для студентов вузов / Н. Л. Вещунова, Л. Ф. Фомина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рид Групп, 2012. – 608 с.

7. Вещунова Н.Л., Фомина Л.Ф. Бухгалтерский учет. – М.: Рид Групп, 2014. – 608 с.

8.Герасименко А. Финансовая отчетность для руководителей и начинающих специалистов / А.Герасименко.– М.: Альпина, 2013. – 436 с.

9. Гомола А.И., Кириллов В.Е., Кириллов С.В. Бухгалтерский учет. – М.: Академия, 2014. – 432 с.

10.Дмитриева И.М. Бухгалтерский учет и аудит: учебное пособие для бакалавров: для студентов вузов, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело", специальности 080301 "Коммерция" / И. М. Дмитриева; ФГОБУ ВПО РГТЭУ. – 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2013. – 306с.

11.Евдокимова А.В. Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной деятельности организации / А.В*.* Евдокимова*.* – М.: Дашков, 2013. – 208 с .

12. Жуков В.Н. Основы бухгалтерского учета. – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.

13.Захарова Т.В. Бухгалтерская финансовая отчетность. Формирование и анализ показателей. Учебное пособие / Т.В.Захарова, С.В.Камысовская. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 432 с.

14.Илышева Н.Н. Анализ финансовой отчетности. Учебное пособие / Н.Н.Илышева. – М.: ФиС, 2013. – 480 с.

15.Кислова Д.М. Бухгалтерский баланс. Техника составления / Д.М.Кисловой. – М.: Гроссмедиа, 2013. – 160 с.

16.Ковалев В.В. Анализ баланса, или как понимать баланс / В.В.Ковалев. – М.: Проспект, 2014. – 784 с.

17. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. – М.: Инфра-М, 2013. – 656 с.

18. Кондраков Н.П., Кондраков И.Н. Бухгалтерский учет в схемах и таблицах. – М.: Проспект, 2013. – 280 с.

19. Лебедева Е.М. Бухгалтерский учет. – М.: Академия, 2014. – 304 с.

20.Нечитайло А.И. Бухгалтерская финансовая отчетность / А.И.Нечитайло.- Ростов: Феникс, 2013. – 653 с.

21.Пономарева Л.В. Бухгалтерская *(*финансовая*)* отчетность*:* Учебное пособие */ Л.В.* Пономарева*,* Н.Д. Стельмашенко. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 224 с .

22. Пошерстник Н.В. Бухгалтерский учет на современном предприятии. – М.: Проспект, 2015. – 560 с.

23.Ровенских В.А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность. Учебник / В.А.Ровенских, И.А.Слабинская.– М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. – 361 с.

24.Рябова М.А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебное пособие / М.А.Рябова, Д.Г.Айнуллова. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 214 с.

25.Соколова Н.А. Бухгалтерскаяфинансоваяотчетность.Экспресс-курс / Н.А.Соколова*.* – М.: Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 240 с .

26. Чая В.Т., Латыпова О.В. Бухгалтерский учет. – М.: Кнорус, 2014. – 520 с.

27.Черненко А.Ф. Анализ финансовой отчетности/ А.Ф.Черненко. – М.: Феникс, 2013. – 285 с .