

**Е. Г. Толкачева** (elena.tolk@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

## МЕТОДИКА АНАЛИЗА ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ КАК ОБЪЕКТА ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В статье изложены методические подходы анализа выручки от реализации товаров в розничной торговле, обоснована и разработана система показателей для исследования выручки как объема деятельности, как источника формирования дохода и как источника притока денежных средств, которая дает возможность оценить результативность основной текущей деятельности торговой организации, ее доходность и платежеспособность.

In article methodical approaches of the analysis of proceeds from sales of goods in retail trade are stated, the system of indicators is proved and developed for research of revenue as activity volume, as source of formation of the income and as source of inflow of money which gives the chance to estimate productivity of the primary current activity of trade organization, its profitability and solvency.

В современных условиях функционирования розничной торговли основным показателем, характеризующим объем продаж, является выручка от реализации товаров, под которой понимают стоимость реализованных товаров физическим и юридическим лицам с целью их дальнейшего потребления, а также сумму доходов от оказания услуг и по договорам комиссии (консигнации).

Большинство экономистов утверждает, что основным объемным показателем розничной торговли является розничный товарооборот, который является составным элементом выручки от реализации товаров и объектом статистического учета. На макроуровне значение розничного товарооборота как объекта исследования по-прежнему остается значимым, так как его динамика и структура раскрывают уровень материального благосостояния населения и уровень потребления произведенной продукции внутри страны. Однако на микроуровне приоритет должен отдаваться выручке от реализации товаров, которая оказывает непосредственное влияние на доходы, расходы и финансовые результаты торговой деятельности, а также на платежеспособность и деловую активность субъекта хозяйствования.

Кроме того, выручка от реализации товаров является основным источником формирования дохода по основной текущей деятельности и поступления (притока) денежных средств на счета организации. В связи с приоритетным значением выручки от реализации товаров как объекта бухгалтерского учета и финансового анализа возникает потребность в разработке методики ее исследования.

По мнению авторов, методика анализа выручки от реализации товаров предполагает ее изучение как объема деятельности розничной торговли, как источника формирования дохода и как источника притока денежных средств организации.

В ходе анализа выручки от реализации товаров *как объема продаж розничной торговли* целесообразно оценить ее динамику, структуру и состав по товарным группам, периодам времени, структурным подразделениям и ее составным элементам, а также определить следующие показатели:

1. *Темп роста выручки от реализации товаров в действующих ценах.* Данный показатель характеризует изменение выручки от реализации товаров как за счет изменения физического объема продаж, так и за счет изменения цен. Рост показателя свидетельствует о расширении объемов деятельности организации. Сравнение темпа роста выручки от реализации товаров со среднеотраслевым и среднерегиональным темпами роста характеризует динамику развития бизнеса, покупательского спроса на товары, а также уровень конкурентоспособности организации и ее рыночную долю в районе деятельности.

2. *Темп роста выручки от реализации товаров в сопоставимых ценах.* Данный показатель характеризует изменение выручки от реализации товаров за счет изменения физического объема продаж. Рост показателя свидетельствует о росте платежеспособного спроса на товары исследуемой организации и, следовательно, чем он выше, тем ниже риск падения объема реализации товаров.

3. *Соотношение темпов роста выручки от реализации товаров в действующих и сопоставимых ценах.* В организации может наблюдаться одна из следующих ситуаций:

- выручка от реализации товаров увеличивается как в действующих ценах, так и в сопоставимых ценах, следовательно, имеет место покупательский спрос на товары, несмотря на рост цен;

- выручка от реализации товаров в действующих ценах растет быстрее, чем в сопоставимых ценах, следовательно, выручка от реализации зависит от изменения цен на товары (с повышением розничных цен объем продаж уменьшается, при снижении цен – выручка увеличивается);

- выручка от реализации товаров в действующих ценах и в сопоставимых ценах снижается, что свидетельствует о падении покупательского спроса и уровня конкурентоспособности товаров.

4. *Темп роста выручки от реализации товаров в сопоставимых ценах на душу населения.* Данный показатель характеризует уровень потребления товаров населением, и его сравнение с данными конкурентов позволяет оценить маркетинговую и деловую активность организации в регионе. Чем выше данный показатель, тем выше доверие к организации и ниже риск прекращения предпринимательской деятельности.

5. *Сравнение темпа роста выручки от реализации товаров с темпом роста прибыли от реализации товаров, активов и темпом инфляции,* что дает возможность оценить эффективность использования активов и установить влияние роста цен на динамику изучаемых показателей.

Оптимальным считается соотношение, при котором темпы роста выручки от реализации товаров и прибыли от реализации должны быть выше темпа роста активов организации. Соблюдение данного соотношения свидетельствует о повышении результативности работы организации и эффективности использования ресурсов. Если темпы роста выручки и активов превышают уровень инфляции, то это свидетельствует о наращивании экономического потенциала организации за счет эффективного менеджмента, а не за счет ценового фактора.

6. *Темп роста выручки от реализации товаров по товарным группам.* В ходе оценки данный показатель необходимо сопоставить с темпом роста средней стоимости товарных запасов по товарным группам, что позволяет установить уровень отдачи средств, вложенных в формирование товарных остатков.

Если рост выручки от реализации товаров опережает увеличение средней стоимости товарных запасов, то это приводит к ускорению товарооборачиваемости. И, наоборот, если товарные остатки растут быстрее, чем выручка от реализации товаров, то это влечет замедление скорости и времени оборачиваемости средств, вложенных в товарные остатки, и свидетельствует о несоответствии прироста остатков активов приросту объема продаж. К тому же, чем большее число оборотов совершают средства, вложенные в товарные запасы, тем меньшая их величина нужна для обслуживания операционного цикла, а следовательно меньшим их объемом может быть обеспечен темп экономического развития торговой организации. Изучение динамики выручки от реализации товаров и средних товарных запасов в разрезе товарных групп дает возможность выявить те товарные группы, по которым наблюдается замедление их оборачиваемости и которые не востребованы потребителями.

7. *Структуру выручки от реализации товаров по товарным группам.* При этом структура выручки от реализации товаров сравнивается со структурой товарных запасов по товарным группам, что позволяет выявить те товарные группы, которые занимают наименьший удельный вес в общей сумме запасов, но при этом их долевое участие в объеме продаж наибольшее, и наоборот, которые имеют значительную долю в остатках запасов, но при этом их доля в объеме продаж незначительная. Это даст возможность при обосновании ассортиментного перечня товаров акцентировать внимание на тех товарных группах, которые гарантируют организации наибольший прирост выручки от реализации товаров.

8. *Структуру выручки от реализации товаров по элементам ценообразования* (косвенных налогов, себестоимости реализованных товаров, валовой прибыли), позволяющую сделать вывод об эффективности ценовой политики организации. Если в составе выручки увеличивается доля валовой прибыли при условии роста выручки, то конкурентоспособность товаров растет, причем не за счет сдерживания роста цен, а вследствие повышения спроса на товары и улучшения их качества. Если имеет место значительный рост выручки, а уровень валовой прибыли снижается, то это может свидетельствовать о стимулировании реализации товаров за счет сдерживания роста цен.

9. *Абсолютный прирост (снижение) выручки от реализации товаров за счет накопления (увеличения) ресурсов организации и эффективности их использования.* Для устойчивого функционирования организации и расширения масштабов ее деятельности необходимо, чтобы прирост объема продаж был обеспечен эффективным использованием ресурсов, а не их ростом (накоплением). Выполнение данного положения свидетельствует об эффективности менеджмента организации по управлению ее ресурсами.

10. *Среднюю сумму чека, или среднюю стоимость покупки* (отношение выручки от реализации товаров к количеству покупателей в торговом объекте). Средняя сумма чека характеризует уровень материального благосостояния и платежеспособности населения, а также частоту совершаемых покупок в торговом объекте и уровень его востребованности.

11. *Точку безубыточности и запас финансовой прочности организации*. Данные показатели характеризуют объем продаж, обеспечивающий безубыточную торговую деятельность субъекта хозяйствования, и на сколько процентов фактически полученная выручка от реализации товаров превышает (или меньше) точки безубыточности.

Кроме того, на данном этапе анализа оценивают влияние выручки от реализации товаров на изменение расходов на реализацию товаров, валовой прибыли и прибыли от реализации товаров.

Выручка от реализации товаров является основным источником формирования доходов по основной текущей деятельности, так как доходом от реализации товаров признается выручка от реализации товаров за минусом налогов из выручки. В ходе анализа выручки от реализации товаров как источника формирования дохода организации следует определить следующее показатели:

1. *Удельный вес выручки от реализации товаров, как в общей сумме доходов организации, так и в доходах по текущей деятельности*, что позволяет оценить качество полученных доходов. О высоком качестве доходов свидетельствует значительный удельный вес выручки от реализации товаров, так как именно основная текущая деятельность обеспечивает развитие и осуществление финансовой и инвестиционной деятельности организации. И наоборот, если увеличивается сумма и удельный вес доходов, полученных за счет случайных (нетипичных) операций и поэтому имеющих неустойчивый характер, то это свидетельствует о снижении качества доходов организации. Значительная сумма доходов по прочей текущей деятельности характеризует управление организацией как неэффективное.

2. *Достаточность выручки от реализации товаров для покрытия расходов по текущей деятельности*, так как она является основным стабильным источником покрытия расходов по текущей деятельности. При этом определяют коэффициенты достаточности выручки для покрытия расходов по текущей деятельности (отношение выручки к расходам по текущей деятельности) и достаточности выручки для покрытия расходов по торговой деятельности (отношение выручки к сумме себестоимости реализованных товаров, расходов на реализацию и управленческих расходов).

По коэффициентам достаточности выручки от реализации товаров судят об уровне контролируемости расходов, что позволяет оценить эффективность управления ими. Если изменение в динамике данных коэффициентов по модулю превышает 10%, то это говорит о неконтролируемости расходов.

Также необходимо сравнить темпы роста выручки от реализации товаров с темпами роста расходов, что позволит изучить эффективность использования ресурсов и установить насколько соизмеримо изменялись в динамике выручка и расходы по основной текущей деятельности организации. Наличие прибыли от реализации товаров является результатом сбалансированности и синхронизации доходов и расходов по основной текущей деятельности субъекта хозяйствования в отчетные периоды.

3. *Кредитную нагрузку на бизнес* (отношение процентов за кредит к сумме дохода от реализации товаров). Рост показателя свидетельствует о повышении финансовой зависимости организации от кредитных ресурсов в следствие опережающего темпа роста расходов по обслуживанию банковского кредита по сравнению с ростом доходов по торговой деятельности.

4. *Налоговую нагрузку на организацию* (отношение налогов и отчислений в Фонд социальной защиты населения к доходу от реализации товаров). Рост показателя свидетельствует о повышении налогового бремени на организацию, что в основном связано с изменением налогового законодательства или отсутствием обоснованной налоговой политики в области оптимизации налогообложения.

5. *Уровень прибыльности бизнеса* (отношение прибыли от реализации товаров к доходам от реализации, умноженное на 100). Рост показателя свидетельствует о контролируемости расходов по основной текущей деятельности и способности обеспечить покрытие расходов полученными доходами от реализации товаров.

В процессе анализа выручки от реализации товаров как источника поступления денежных средств следует определить следующие показатели:

1. *Коэффициент притока денежных средств от реализации товаров* (отношение поступления денежных средств от покупателей товаров к общей сумме поступлений денежных средств). Рост показателя свидетельствует о повышении качества положительного денежного потока, о повышении долевого участия в нем поступлений за счет внутренних источников, от реализации

товаров. Уменьшение данного показателя может быть вызвано привлечением кредитных ресурсов, что временно снижает проблему дефицита денежных средств, приводя в дальнейшем к росту платежей по погашению кредитных ресурсов.

2. *Коэффициент соотношения внутренних и внешних источников притока денежных средств* (отношение поступления денежных средств от реализации товаров к внешним источникам притока денежных средств (полученным кредитам, займам, целевому финансированию, вкладам учредителей, безвозмездной помощи)). Данный коэффициент позволяет выявить уровень зависимости развития организации от внешних источников финансирования. От соотношения внутренних и внешних источников поступления денежных средств зависит также и оценка кредитоспособности организации, так как уровень риска возврата суммы долга и процентов по нему должен быть обеспечен за счет основной текущей деятельности.

3. *Коэффициент достаточности поступления денежных средств от реализации товаров для обеспечения платежей* (отношение поступления денежных средств от покупателей товаров к общей сумме платежей организации). Данный показатель характеризует способность организации за счет собственных средств обеспечить погашение обязательств. Это означает, что денежных средств, поступающих на счета организации от реализации товаров, должно быть достаточно не только для удовлетворения платежей по текущей деятельности, но и для расширения инвестиционной и финансовой деятельности организации. Коэффициент рассчитывается как по общей сумме платежей организации, так и по первоочередным платежам (на погашение задолженности по кредитам и займам, налогам и сборам, оплате труда).

4. *Период погашения (инкассации) дебиторской задолженности* (отношение средней дебиторской задолженности к однодневной сумме поступлений от покупателей товаров). Чем короче данный период, тем быстрее осуществляются платежи покупателей, что снижает потребность в кредитных ресурсах и обеспечивает своевременность расчетов с кредиторами. Данный показатель актуален для организаций оптовой торговли.

5. *Коэффициент платежеспособности* (отношение средней величины краткосрочных обязательств к среднемесячной сумме поступлений от покупателей товаров). Данный показатель показывает через сколько месяцев погасится задолженность по краткосрочным обязательствам, если организация на эти цели будет направлять всю сумму получаемой выручки от реализации товаров. Он может быть рассчитан как по кредиторской задолженности, так и задолженности по кредитам и займам.

Предлагаемая в статье методика анализа выручки от реализации товаров позволяет оценить результативность основной текущей деятельности торговой организации (по выручке как объему продаж), изучить ее доходность (по выручке без налогов), а также платежеспособность субъекта хозяйствования (по поступлениям денежных средств от реализации товаров).