

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «ТУВИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Экономический факультет

Кафедра экономики и менеджмента

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

на тему: «Факторы и резервы роста производительности труда на  
предприятии»

Выпускная квалификационная  
работа студентки  
3 курса 3-116-1 группы  
направления подготовки Экономика,  
профиль «Финансы и кредит»  
Кыргыс Чойганы Юрьевны

Работа допущена к защите

Зав. кафедрой Ч. Донгак  
(подпись)

к.э.н., доцент Донгак Ч.Г.

«14» июня 2019 г.

Кыргыс Чойганы Юрьевны  
(подпись студента)

Научный руководитель: Ч. Донгак

к. э. н., доцент Донгак Ч.Г.  
(должность, ученая степень, Ф.И.О.)

Работа защищена в ГЭК «19» июня 2019 г.

с оценкой «хорошо»

Председатель ГЭК Ч. Донгак  
(подпись)

Члены ГЭК Эрעה Бирагчар  
(подпись)

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>                                                                                                                  | <b>3</b>  |
| <b>Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ<br/>ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ.....</b>                                     | <b>7</b>  |
| 1.1. Сущность и виды доходов предпринимателя.....                                                                                     | 7         |
| 1.2. Порядок формирования и распределения доходов от предпринимательской деятельности.....                                            | 12        |
| 1.3. Управление доходами и рентабельностью предпринимателя.....                                                                       | 16        |
| 1.4. Влияние режимов налогообложения на уровень доходов индивидуальных предпринимателей.....                                          | 26        |
| <b>Глава 2. АНАЛИЗ ДОХОДОВ ОТ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (на примере И.П. Монгуш Наили Дандар-ооловны) .....</b> | <b>32</b> |
| 2.1. Характеристика деятельности индивидуального предпринимателя.....                                                                 | 32        |
| 2.2. Анализ выручки и результатов финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя.....                           | 35        |
| 2.3. Ценовая политика в системе управления доходами И.П. Монгуш Н.Д.....                                                              | 41        |
| <b>Глава 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ<br/>ДОХОДОВ И.П. Монгуш Н.Д.....</b>                                              | <b>50</b> |
| 3.1. Комплекс мероприятий, направленных на увеличение доходов И.П. Монгуш Н.Д .....                                                   | 50        |
| 3.2. Оптимизация налоговых платежей с целью управления доходами И.П. Монгуш Н.Д.....                                                  | 55        |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>                                                                                                                | <b>61</b> |
| <b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....</b>                                                                                                  | <b>64</b> |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Расчет рентабельности продаж за 2013-2015гг .....</b>                                                                | <b>67</b> |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Показатели экономической деятельности за 2013-2015<br/>г (тыс. руб.) .....</b>                                       | <b>68</b> |

|                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3.</b> Анализ динамики реализации за 2013-2015 гг. (тыс. руб.).....                                                              | 69 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4.</b> Расчет и анализ рентабельности продаж за 2013- 2015г.                                                                     | 70 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 5.</b> Динамика показателей прибыли за 2014-2015гг.....                                                                          | 71 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 6.</b> Структурный анализ цены.....                                                                                              | 72 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 7.</b> Расчет суммы налога при налоговой ставке в размере 6 процентов на примере ИП Монгуш Н.Д. за 2013-2015г. (тыс. руб.) ..... | 73 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ 8.</b> Расчет суммы налога при налоговой ставке в размере 15 процентов на примере ИП Монгуш Н.Д. за 2013-2015г (тыс. руб.) ..... | 74 |

## Введение

Понятие «предпринимательство» впервые в своем лексиконе начали употреблять французские экономисты.

Предпринимательство – неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться.

Первоначально предпринимателями называли людей энергичных, азартных, склонных к рискованным операциям. В дальнейшем к предпринимательству стали относить любую деятельность, направленную на получение прибыли и не запрещенную законом. Предпринимательство развивалось сложно и противоречиво. Его первые ростки начали пробиваться вместе со становлением рыночных отношений. Однако возникновение предпринимательства как оформившегося устойчивого явления относят к XVII в.

Под понятием «индивидуальный предприниматель» понимается физическое лицо (гражданин), осуществляющее личное ведение дела от своего имени на свой счет и свой риск, самостоятельно принимающее решения о развитии своего хозяйства и методах, используемых им в производственных процессах, главная цель которого заключается в систематическом получении прибыли.

Предпринимательство обеспечивает укрепление рыночных отношений, основанных на демократии и частной собственности. По своему экономическому положению и условиям жизни частные предприниматели близки к большей части населения и составляют основу среднего класса, являющегося гарантом социальной и политической стабильности общества.

В Конституции России определено, что каждый гражданин имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. Права и свободы человека и гражданина, а значит, и право свобод-

ной предпринимательской деятельности осуществляются на всей территории России и распространяются на каждого гражданина страны. Все органы государственной власти обязаны обеспечивать и защищать в своей деятельности права предпринимателей и свободу предпринимательства, а их противодействие должно рассматриваться как нарушение Конституции России. Государство признает и защищает равным образом частную, государственную, муниципальную и иные формы собственности.

В соответствии со статьей 2 ГК РФ в наши дни под предпринимательской деятельностью понимается самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицам, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Различают предпринимательство индивидуальное и коллективное. Индивидуальным предпринимательством называется любая деятельность одного человека и его семьи. Индивидуальные предприниматели (предприниматели без образования юридического лица или сокращенно ПБОЮЛ) - физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также частные нотариусы, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты (п. 2 ст. 11 НК РФ). Коллективное предпринимательство – это дело, которым занят целый коллектив. Оно включает в себя мелкий (до 50 человек), средний (до 500 человек) и крупный (до нескольких тысяч человек) бизнес.

В зависимости от связи с основными стадиями воспроизводственного процесса предпринимательство подразделяют на производственное, коммерческое, финансовое, страховое, посредническое.

Производственное предпринимательство относится к числу самых общественно необходимых и одновременно самых сложных видов бизнеса. Его основу составляет производство любой направленности: материальное,

интеллектуальное, творческое.

Право на экономическую деятельность предпринимательство включает ряд конкретных прав, обеспечивающих возможность начинать и вести предпринимательскую деятельность. Для этого субъект права на экономическую деятельность может создавать предприятия под свой риск и ответственность, свободно вступать в договоры с другими предпринимателями, приобретать и распоряжаться собственностью. Предприниматель сам нанимает и увольняет работников с соблюдением трудового законодательства, сам распоряжается своей прибылью. В свободу предпринимательства входит право осуществлять внешнеэкономическую деятельность, создавать объединения и союзы с другими предпринимателями, открывать счет в банках.

**Актуальность** данной работы в том, что показатели финансовых результатов характеризуют эффективность деятельности предприятия.

**Целью** данной работы является исследование механизма управления доходами от индивидуальной предпринимательской деятельности и анализ результатов исследования на материалах И.П. Монгуш Н.Д.

Для достижения данной целью были поставлены и решены следующие основные **задачи**:

1. Раскрыты теоретические аспекты формирования и управления доходами индивидуального предпринимателя;
2. Рассмотрены особенности налогообложения доходов индивидуального предпринимателя;
3. Проанализированы особенности формирования прибыли от индивидуальной предпринимательской деятельности на практических материалах И.П. Монгуш Н.Д.;
4. Оценены показатели рентабельности деятельности индивидуального предпринимателя И.П. Монгуш Н.Д.;
5. Разработан комплекс практических мероприятий по увеличению прибыли И.П. Монгуш Н.Д.

В качестве *объекта* выпускной квалификационной работы является индивидуальный предприниматель Монгуш Н.Д.

*Предметом* выпускной квалификационной работы является система управления доходами индивидуального предпринимателя.

*Структура работы* работа состоит из введения, трех глав и приложений.

Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель, задачи, предмет и объект исследования дипломной работы.

В первой главе определяется сущность и виды доходов предпринимателя, и порядок формирования и ее распределения доходов от предпринимательской деятельности, управления и влияние режимов налогообложения на уровень доходов индивидуальных предпринимателей.

Вторая глава посвящена характеристике деятельности индивидуального предпринимателя, анализу выручки и результатов финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя, и ценовой политике в системе управления доходами на примере И.П. Монгуш Н.Д.

В третьей главе приводится ряд комплекс мероприятий, направленных на увеличение доходов на примере И.П. Монгуш Н.Д. и оптимизация налоговых платежей с целью управления доходами на примере И.П. Монгуш Н.Д. В заключении подводятся итоги по изученной теме дипломной работы, даются рекомендации по дальнейшему развитию по увеличению доходов И.П. Монгуш Н.Д.

В работе приведены нормативные источники, относящихся к исследуемой теме работы, а также специальная экономическая литература.

В ходе исследования применяются общие, частные и специфические методы: исторический метод, обще логические методы (анализ, синтез, аналогия и др.); формально-экономический метод и иные методы.

# **ГЛАВА 1. ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

## **1.1. Сущность и виды доходов предпринимателя**

Доход – конечный денежный итог предпринимательской деятельности. В критериях рыночных отношений это превращенная форма добавочной цены [3, с. 56].

По собственной экономической природе прибыль выступает как часть цены добавочного продукта, предназначенного для общества трудом работников вещественного производства. Источником образования прибавочного продукта является прибавочный труд.

В текущее время исследование содержания прибыли длится и ведется на микро- и макроэкономическом уровне.

На микроэкономическом уровне рассматривается вопрос формирования дохода в рамках предприятия, а на макроэкономическом выявляется роль прибыли в доходе страны.

Таким образом, с одной стороны доход можно рассматривать как экономическую категорию, выражающую определенные производственные экономические отношения, а с другой-как часть стоимости совокупного национального продукта (ВВП), стоимости и прибавочной стоимости (прибавочного продукта). В реальной экономической жизни прибыль может принимать форму денежных средств, материальных ценностей, фондов, ресурсов и выгод. Конкретные формы проявления прибыли тесно связаны с национальным регулированием экономики [36, с. 78]. В российской и зарубежной практике прибыль определяется не всегда однозначно. Так, можно встретить следующие понятия прибыли:

- 1) прибыль по разовой сделке - разница между продажной ценой реализуемых продуктов (услуг) и затратами на их создание (приобретение);
- 2) прибыль за определенный период производственной деятельности-

как разница в величине незапятнанных активов на конец и начало периода;

3) в экономической теории прибылью именуется доход на капитал.

По мере развития экономической теории содержание понятия «прибыль» своевременно изменилось и усложнялось. Но во всех экономических формациях прибыль воспринимается одной из главных экономических категорий товарного производства.

В науке до сего времени нет одного представления, что относить к функциям прибыли. Обычно выделяют две функции [12, с. 67].

- 1) прибыль как мера эффективности публичного производства;
- 2) прибыль как стимул.

Функция прибыли как меры эффективности производства состоит в том, что прибыль является эталоном удачной работы предпринимателя.

Стимулирующая функция обоснована тем, что прибыль не только лишь позволяет получать личный доход участникам предпринимательской деятельности, связанный с выплатой дивидендов, да и делает способности для наращивания капиталов, а как следует, увеличивает способности предпринимателя в производственной, с бытовой, научно-технической, внешне-экономической и другие деятельности. За счет прибыли осуществляются мероприятия по социальному развитию хозяйствующего субъекта, в том числе. Повышению фонда оплаты труда его работников. Прибыль является не только лишь источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей субъекта, но приобретает все большее значение в формировании экономических ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

При формировании прибыли инсталлируются все стороны хозяйственной деятельности предпринимателя. В согласовании с русским законодательством, а именно 25 главой Налогового кодекса Российской Федерации. Прибылью признается доход, приобретенный хозяйствующим субъектом, уменьшенный на величину сделанных расходов [2, с. 90].

Согласно приказу Министерства Финансов Российской Федерации от 06.05.1999 №32н об утверждении положения по бухгалтерскому учету «до-

ходы организации» ПБУ 9/99, доходы личного бизнесмена зависимо от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяются на:

1. доходы от обыденных видов деятельности:

а) доходами от обыденных видов деятельности является выручка от реализации продукции и продуктов, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг;

2. остальные доходы:

а) поступления, связанные с предоставлением за плату во временное использование (временное владение использованием) активов организации (с учетом положений пункта 5 реального Положения);

б) поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные эталоны и других видов умственной принадлежности (с учетом положений пункта 5 реального Положения);

в) Поступления, связанные сроков уставных капиталов других организаций (включая проценты и другие доходы по ценным бумагам) (с учетом положений пункта 5 реального Положения);

г) прибыль, приобретенная организацией в итоге совместной деятельности (по договору обычного приятьельства);

д) поступления от реализации главных средств и других активов, хороших от денег (не считая зарубежной валюты), продукции, продуктов;

е) проценты, приобретенные за предоставление в использование денег организации, также проценты за внедрение банком денег, находящихся на счете организации в этом банке.

Определение конечных денежных результатов конкретно связано с определением выручки.

Выручку от продаж определяют, исходя из объема реализации продукции, продуктов, работ, услуг используемых цен (тарифов) без налога на добавленную цену, акцизов и подобных платежей [32, с. 87]. Прибыль являет-

ся показателем, более много отражающим эффективность производства, качество произведенной продукции, уровень себестоимости. Потому принципиальная задача каждого хозяйствующего субъекта - получить больше прибыли при меньших издержках методом соблюдения серьезного режима экономии в расходовании средств и более действенного их использования [29, с. 89].

Прибыль как главный стимул предпринимательской деятельности обеспечивает потребности самого предприятия и страны в целом. Потому принципиально найти только состав прибыли предпринимателя, да и раскрыть механизм ее формирования. Найти долю каждого фактора ее роста либо понижения.

Правильно осознание того, в чем состоит экономическое содержание прибыли нужно как для решения чисто теоретических оценок, так и для грамотного внедрения бухгалтерских эталонов учета доходов и расходов личного бизнесмена, исчисления налогооблагаемой прибыли, анализа денежных характеристики [18, с. 45].

В современной литературе выделяют некоторое количество видов прибыли: валовая (общая) прибыль, прибыль от продаж, незапятнанная прибыль (финансовая), бухгалтерская прибыль, маржинальная прибыль, прибыль налогооблагаемая, прибыль от обыкновенной деятельности.

Под валовой прибылью понимают выраженный в форме незапятнанной доход предпринимателя на вложенный капитал, представляющий из себя разницу меж совокупным доходом и совокупными затратами в процессе воплощения хозяйственной деятельности [20, с. 78].

$$\mathbf{Вп} = \mathbf{В} - \mathbf{С}$$

(1.1)

где, **Вп** - валовая прибыль;

**В** - выручка;

**С** - себестоимость реализованной продукции.

Незапятнанная прибыль (убыток) представляет собой конечный де-

нежный итог, выявленный за определенный период за вычетом причитающихся за счет прибыли налогов и других налогов и других не отклонимых платежей, включая санкции за несоблюдение правил налогообложения.

Для целей финансового анализа чистая прибыль (убыток) рассчитывается путем сложения финансового результата от обычных видов деятельности, а также прочих расходов и доходов.

$$\text{Пч} = \text{По.д} + \text{Сд}$$

(1.2)

где, **По.д** - прибыль от обычной деятельности;

**Сд** - сальдо прочих доходов и расходов.

Бухгалтерская прибыль (убыток) есть конечный финансовый результат, выявленный в отчетном периоде на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций организации и оценки статей бухгалтерского баланса. Она определяется как сумма прибыли (убытка) до налогообложения и чрезвычайных доходов, уменьшенная на чрезвычайные расходы [21, с. 79].

Маржинальная прибыль (доход) – это экономический показатель, отражающий превышение выручки от продаж над переменными затратами на производство продукции, которое позволяет возместить постоянные затраты и получить прибыль, другими словами, прибыль от продажи продукции в сумме с постоянными затратами понимается как маржинальный доход предприятия [22, с. 80].

Основную часть прибыли индивидуальные предприниматели получают от реализации продукции, товаров, услуг, работ (прибыль от продаж).

Прибыль от продаж определяется путем вычитания из валовой прибыли коммерческих и управленческих расходов.

$$\text{ПпР} = \text{Пв} - \text{Кр} - \text{Ур}$$

(1.3)

где, **Пв** - валовая прибыль;

**Кр** - коммерческие расходы предприятия;

**Ур** - управленческие расходы предприятия.

Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли и улучшению финансового состояния предпринимателя. Рост объема реализации убыточной продукции уменьшает сумму прибыли.

Общий объем прибыли предпринимателя представляет собой валовую прибыль. Валовая прибыль является одной из разновидностей финансового результата.

Финансовый результат-конечный итог хозяйственной деятельности, которой выражается в виде валовой прибыли или убытка от совершения различных хозяйственных операций.

То есть финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, образованный, например, по причине чрезмерно высоких затрат на производство, срыва реализации продукции в связи с нарушением хозяйственных договоров и тому подобное.

В любом случае финансовый результат определяется как соотношение доходов и расходов предпринимателя.

## **1.2. Порядок формирования и распределения доходов от предпринимательской деятельности**

Доходами предпринимателя считаются все средства, полученные как в денежной, так и в натуральной формах от реализации товаров, работ, услуг как собственного производства, так и приобретенных, реализации имущества (включая ценные бумаги) и имущественных прав (доход от реализации). У индивидуального предпринимателя могут возникать и доходы, не связанные с предпринимательской деятельностью, например, доходы в виде материальной выгоды. Такие доходы облагаются налогом на доходы как у обычного физического лица, не являющегося предпринимателем.

Доходы и расходы отражаются в Книге учета кассовым методом, то есть после фактического получения дохода и совершения расхода, за ис-

ключением случаев, предусмотренных настоящим порядком.

В Книге учета (раздел I Книги учета) отражаются все доходы, полученные индивидуальными предпринимателями от осуществления предпринимательской деятельности, без уменьшения их на предусмотренные налоговым законодательством Российской Федерации налоговые вычеты.

В доход включаются все поступления от реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг, а также стоимость имущества, полученного безвозмездно.

Стоимость реализованных товаров, выполненных работ и оказанных услуг отражается с учетом фактических затрат на их приобретение, выполнение, оказание и реализацию.

Суммы, полученные в результате реализации имущества, используемого в процессе осуществления предпринимательской деятельности, включаются в доход того налогового периода, в котором этот доход фактически получен.

Доходы от реализации основных средств и нематериальных активов определяются как разница между ценой реализации и их остаточной стоимостью.

Под расходами понимаются фактически произведенные и документально подтвержденные затраты, непосредственно связанные с извлечением доходов.

Учет расходов индивидуальными предпринимателями ведется с учетом следующих особенностей.

Стоимость приобретенных материальных ресурсов включается в расходы того налогового периода, в котором фактически были получены доходы от реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Расходы по материальным ресурсам, приобретенным впрок, либо использованным на изготовление товаров (выполнение работ, оказание услуг), не реализованных в налоговом периоде, а также не использованным полностью в отчетном налоговом периоде, учитываются при получении до-

ходов от реализации в последующих налоговых периодах.

В случае, когда деятельность носит сезонный характер, т.е. затраты зависят от времени года и природно-климатических условий (например, сельскохозяйственная деятельность), затраты, произведенные в налоговом периоде, но связанные с получением доходов в следующем налоговом периоде, следует отражать в учете как расходы будущих периодов и включать в состав затрат того периода, в котором будут получены доходы.

В соответствии с экономическим содержанием расходы включают:

- 1) материальные расходы;
- 2) расходы на оплату труда;
- 3) прочие расходы, связанные с производством и реализацией товаров (выполнением работ, оказанием услуг).

Под чистой прибылью в данной работе понимается доход индивидуального предпринимателя, остающийся после уплаты налога с доходов (в соответствии с упрощенной системой налогообложения).

По мере развития хозяйствующего субъекта, роста его доходности часть чистой прибыли может быть направлена на расширение спонсорской деятельности, благотворительные нужды.

Итак, рост чистой прибыли, создающий условия хозяйственного развития субъекта, является важнейшим фактором укрепления предпринимательской деятельности.

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйственной работы субъекта. Однако не вся получаемая прибыль остается предпринимателю, так как она распределяется между обществом в лице государства и субъектом хозяйствования. Объектом распределения на любом субъекте является балансовая прибыль. Под ее распределением понимается направление прибыли в бюджет и по статьям использования в рамках субъекта хо-

зяйствования. Законодательно распределение прибыли регулируется в той ее части, которая поступает в бюджеты различных уровней в виде налогов и других обязательных платежей. Принципы распределения определяет государство. Они отражены в законодательных актах и нормативных документах по налогообложению. Прибыль, получаемая субъектом хозяйствования, подвергается обложению налогом.

Чистая прибыль количественно равна прибыли в распоряжении субъекта хозяйствования в том случае, если нет расходов, относимых на чистую прибыль. К расходам, относимым на чистую прибыль, относят все сверхнормативные расходы (превышение расходов на рекламу, на представительские расходы, на командировочные, превышение расходов по кредиту, амортизации).

При распределении прибыли, определении основных направлений ее использования необходимо учитывать состояние конкурентной среды. Конкурентная борьба определяет необходимость существенного расширения и обновления производственного потенциала [29, с. 55].

Для каждой организационно-правовой формы определен соответствующий механизм распределения прибыли, остающейся в распоряжении субъекта хозяйствования. Он основан на особенностях внутреннего устройства и регулирования деятельности субъектов хозяйствования соответствующих форм собственности.

Следует отметить особенности распределения чистого дохода индивидуального предпринимателя. Часть полученного им дохода используется на личное потребление.

Определение направлений использования (расходования) прибыли, остающейся в распоряжении индивидуального предпринимателя, структуры статей ее использования находится в компетенции самого субъекта хозяйствования [10, с. 20].

В течение года субъект хозяйствования направляет на текущие нужды прибыль в соответствии с их назначением, т. е. расходует прибыль про-

шлых лет. Из прибыли отчетного года выплачиваются налоги и другие обязательные платежи. Затем составляется смета расходования прибыли на предстоящий год, которая включает в себя следующие элементы расходования:

- 1) налоги, сборы, платежи, относимые на прибыль в распоряжении субъекта хозяйствования;
- 2) оплата процентов по ссудам и займам;
- 3) все сверхнормативные расходы, относимые на чистую прибыль;
- 4) материальное поощрение персонала;
- 5) финансирование социальной сферы.

Распределение чистой прибыли-это вопрос инвестиционной и технической политики субъектов хозяйствования.

Капитализация чистой прибыли позволяет расширить деятельность за счет собственных более дешевых источников финансирования. При этом снижаются расходы на привлечение дополнительных источников.

Размеры капитализации чистой прибыли позволяют оценить не только темпы роста собственного капитала, но и оценить запас финансовой прочности, т. е. оборачиваемость всех активов, рентабельность продаж. Темпы роста производства зависят не только от спроса, рынков сбыта, мощностей, но и от состояния финансовых ресурсов, структуры капитала и других факторов.

### **1.3. Управление доходами и рентабельностью предпринимателя**

Планирование прибыли – составная часть процесса управления доходами и важный участок финансово-экономической работы индивидуального предпринимателя. Прибыль планируют отдельно по видам деятельности предпринимателя. В процессе, разработки планов по прибыли важно не только учесть все факторы, влияющие на величину возможных финансовых результатов, и, рассмотрев варианты производственной программы, вы-

брать обеспечивающий максимальную прибыль.

На величину валовой прибыли оказывает влияние совокупность многих факторов как зависящих, так и не зависящих от предпринимателя.

Важными факторами роста прибыли, зависящими от деятельности хозяйствующего субъекта, являются рост объема реализации продукции в соответствии с договорными условиями, снижение ее себестоимости, повышение качества, улучшение ассортимента, повышение эффективности использования основного капитала, рост производительности труда [37, с. 53].

К факторам, не зависящим от деятельности индивидуального предпринимателя, относятся изменения государственной налоговой, структурной, инвестиционной и ценовой политики, влияние природных, географических и других условий.

Все факторы являются объектом тщательного экономического анализа. Можно назвать основные факторы, воздействующие на прибыль от реализации и, следовательно, на прибыль отчетного периода (табл. 1.1).

Таблица 1.1.

Влияние основных факторов прибыли

| Показатели – факторы                                      | Характер влияния на сумму прибыли |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1                                                         | 2                                 |
| Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг    | Прямые действия                   |
| Изменение цен на реализацию продукта                      | Прямые действия                   |
| Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг | Обратное действие                 |
| Коммерческие расходы                                      | Обратное действие                 |
| Управленческие расходы                                    | Обратное действие                 |
| Проценты к получению                                      | Прямые действия                   |
| Проценты к уплате                                         | Обратное действие                 |
| Доходы от участия в других организациях                   | Прямые действия                   |
| Прочие расходы                                            | Обратное действия                 |
| Влияние на прибыль отчетного года                         | стр.1+2-3-4-5+6-7+8-9             |

В настоящее время хозяйствующие субъекты самостоятельно определяют направления использования прибыли, остающейся в их распоряжении, государство не имеет права вмешиваться в процесс ее использования.

Рыночные условия хозяйствования определяют приоритетные направления использования чистой прибыли. Развитие конкуренции вызывает необходимость совершенствования техники и технологии производства, решения социальных проблем трудового коллектива, удовлетворение потребительских и социальных нужд.

Прибыль, остающаяся в распоряжении индивидуального предпринимателя, может служить не только базой финансирования производственного и социального развития, но и являться источником для уплаты различных штрафов и санкций, выплачиваемых предпринимателем в случае нарушения действующего законодательства.

В условиях рыночных отношений у предпринимателей возникает необходимость резервировать часть средств, в связи с проведением рискованных операций. Поэтому предприниматель вправе создавать финансовый резерв, т. е. рисковый фонд.

По мере развития хозяйствующего субъекта, роста его доходности часть чистой прибыли может быть направлена на расширение спонсорской деятельности, благотворительные нужды.

Таким образом, рост чистой прибыли, создающий условия хозяйственного развития субъекта, является важнейшим фактором укрепления предпринимательской деятельности [21, с. 34].

При относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования прибыль планируется на год в рамках текущего финансового плана. Современная ситуация в экономике затрудняет долгосрочное планирование, и предприниматели могут составлять реальные планы прибыли по кварталам. Однако более важная цель планирования прибыли - определение возможностей предпринимателя в финансировании своих потребно-

стей.

В основе метода прямого счета лежит по ассортиментный расчет прибыли от выпуска и реализации продукции. Более простой вариант предполагает укрупненный расчет по позициям плана.

Рассчитывается прибыль от выпуска товарной продукции, как разница между стоимостью всего товарного выпуска по ценам продаж (без НДС, акцизов, таможенных пошлин, торговых и сбытовых скидок) и полной себестоимости товарной продукции планируемого периода.

Прибыль от реализации продукции рассчитывается как разница между объемом выручки в ценах продаж (без НДС, акцизов, таможенных пошлин, торговых и сбытовых скидок) и полной себестоимостью реализуемой продукции. Объем выручки и полная себестоимость реализуемой продукции определяются с учетом переходящих остатков готовой продукции на начало и конец планируемого периода [12, с. 33].

Для расчета прибыли от реализации продукции (работ, услуг) по укрупненному методу используется формула:

$$\mathbf{Р_{пр} = О_{н.г.} + Т_{пр} - О_{к.г}}$$

(1.4)

где, **Р<sub>пр</sub>** - объем реализованной продукции, исчисленный в 2 оценках по ценам продаж и по полной себестоимости;

**О<sub>н.г.</sub>** и **О<sub>к.г.</sub>** - соответственно остатки готовой продукции на начало и на конец планируемого периода также исчисляется в 2 оценках: по ценам продаж и по производственной себестоимости;

**Т<sub>пр</sub>** - объем выпуска товарной продукции исчисленной по ценам продаж и по полной себестоимости.

После того как объем реализованной продукции будет рассчитан в 2 оценках: по ценам продаж и по полной себестоимости рассчитывается прибыль от реализации:

$$\mathbf{Пр = В_{рп} - С_{рп}}$$

(1.5)

где, **Врп** - выручка от реализации продукции;

**Срп** - себестоимость реализованной продукции;

Плановую сумму прибыли (**Пр**) также можно рассчитать исходя из известных показателей цены и себестоимости выпуска товарной продукции и остатков готовой продукции на начало и конец планируемого периода. Тогда формула имеет вид:

$$\mathbf{Пр = Пон + Птп - Пок}$$

(1.6)

где, **Пон** - прибыль в остатках готовой продукции на начало планируемого периода;

**Птп** - прибыль от выпуска товарной продукции в планируемом периоде;

**Пок** - прибыль в остатках готовой продукции на конец планируемого периода.

При незначительных изменениях в ассортименте выпускаемой продукции используется аналитический метод планирования прибыли. Этот метод применим при отсутствии инфляционного роста цен и себестоимости. Расчет ведется отдельно по сравнимой и несравнимой товарной продукции. Сравнимая продукция выпускается в базисном году, который предшествует планируемому, поэтому известны ее фактическая полная себестоимость и объем выпуска. По этим данным можно определить базовую рентабельность (**Ро**), т.е. рентабельность базисного года.

$$\mathbf{Ро = \left( \frac{По}{С_{тп}} \right) * 100\%} \quad (1.7)$$

где, **Ро** - базовая рентабельность,

**Стп** - полная себестоимость товарной продукции базисного года

Расчет ведется в определенной последовательности.

С помощью базовой рентабельности ориентировочно рассчитывается прибыль планированного года на объем товарной продукции планированного года, но по базисной себестоимости.

Рассчитываются изменения (+,-) себестоимости продукции в планиру-

емом году.

Определяется влияние изменения ассортимента, качества, сортности продукции. Такие расчеты выполняются в специальных таблицах на основе плановых данных об ассортименте продукции, ее качестве, сортности.

После обоснования цены на готовую продукцию планированного года определяется влияние роста или снижения цен.

Влияние на прибыль всех перечисленных факторов суммируются. Прибыль от производства сравниваемой продукции в планируемом году определяется с учетом прибыли, исчисленной на первом и последующих этапах.

Далее учитывается изменение прибыли внереализованных остатков готовой продукции на начало и конец планируемого периода [10, с. 27].

Аналитический метод имеет то преимущество, что показывает влияние различных факторов на величину прибыли, но это преимущество проявляется при наличии стабильных условий хозяйствования.

Для индивидуальных предпринимателей очень важно определить порог окупаемости затрат, после которого они начнут получать прибыль.

Для этого следует установить точку безубыточности. Найти точку безубыточности необходимо для определения объема и стоимости продаж, при которых коммерческое предприятие способно покрыть свои расходы, не получая прибыли, но и без убытка. Этот метод планирования прибыли базируется на принципе разделения затрат на условно-постоянные и условно-переменные и расчете маржинальной прибыли. Маржинальную прибыль также называют валовой маржей, маржинальным доходом, суммой покрытия, предельной прибылью.

Маржинальная прибыль равна выручке от реализации продукции (без косвенных налогов) минус условно-переменные затраты.

Далее из маржинальной прибыли вычитаются условно – постоянные расходы и определяется финансовый результат (прибыль или убыток). Точ-

ка безубыточности- это такой объем выручки, при котором предприятие не получает ни прибыли, ни убытка.

После определения точки безубыточности планирование прибыли строится на основе эффекта операционного (производственного) рычага, то есть того запаса финансовой прочности, при которой предприятие может позволить себе снизить объем реализации не переходя к убыточности [16, с. 29].

Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к еще более сильному изменению прибыли.

Сила воздействия операционного рычага: финансы, прибыль, реализация продукция

$$\text{ПР} = \frac{\text{МП}}{\text{П}}, \quad (1.8)$$

где, **МП** - маржинальная прибыль;

**П** - прибыль.

Действие данного эффекта связано с непропорциональным воздействием условно-постоянных и условно-переменных затрат на финансовый результат при изменении объема производства и реализации.

Чем выше доля условно-постоянных расходов в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие операционного рычага. И наоборот, при росте объема продаж доля условно-постоянных расходов в себестоимости падает, и воздействие операционного рычага уменьшается.

Метод воздействия операционного рычага в современных условиях широко используется в планировании прибыли.

С целью управления доходами, расходами и ликвидностью предприятия используется такой универсальный инструмент, как бюджет, который тесно связан с планированием. Бюджетирование является комплексным процессом, который включает планирование, учет и контроль финансовых потоков и результатов деятельности. Основой составления бюджета является план. [39, с. 57].

Бюджет доходов и расходов, или, как его еще называют, бюджет прибыли и убытков, план финансовых результатов - бюджет, показывающий соотношение всех доходов от реализации (по отгруженной потребителям продукции или оказанным услугам) в плановый период со всеми видами расходов, которые предполагает понести в этот же период предприниматель или фирма. Именно этот документ показывает структуру себестоимости продукции, соотношение затрат и результатов хозяйственной деятельности за определенный период. По нему можно судить о рентабельности производства (норме прибыли), возможности вернуть в срок кредит и другие заемные средства, с его помощью можно рассчитать точку безубыточности бизнеса.

В формате этого бюджета находят отражение все те виды расходов и затрат, которые необходимы для конкретного производства. Главный смысл формата бюджета доходов и расходов - показать руководителям субъекта эффективность хозяйственной деятельности каждого вида бизнеса, структурного подразделения и компании в целом в предстоящий период, установить лимиты (нормативы) основных видов расходов, прибыли, проанализировать и определить резервы формирования и увеличения прибыли, оптимизации налоговых и других отчислений в бюджет, формирования фондов накопления и потребления и т.п.

Формат бюджета доходов и расходов необходим для того чтобы сопоставлять изменения доходов и расходов по периодам времени (в динамике) и по отдельным структурным подразделениям (видам) бизнесов; определять и сопоставлять (контролировать) рентабельность производства (бизнеса); установить лимиты условно-постоянных затрат по отдельным структурным подразделениям (видам) бизнесов; установить нормативы (условно-переменных и других расходов) и контролировать их соблюдение по отдельным структурным подразделениям (видам) бизнесов.

При разработке бюджетного формата необходимо четко определить все его основные статьи: и доходов, и затрат. Прежде всего надо разделить

все виды издержек на две основные категории, определить, какие виды издержек относятся к прямым (переменным) затратам, а какие - к постоянным (условно-постоянным, накладным) расходам. Но следует помнить, что нет единого, универсального критерия отнесения конкретных издержек производства к прямым или постоянным.

Для составления бюджета доходов и расходов (финансовых результатов) необходимо, прежде всего, определить:

Общий оборот бизнеса и его динамику на предстоящий бюджетный период на базе имеющихся прогнозов сбыта, предоставляемых планово-экономической службой или отделом сбыта;

Норматив резерва для расчетов с бюджетом по общему обороту (невозмещаемый НДС, акцизы, спец. налоги и пр.) в виде фиксированного на весь бюджетный период процента от общего оборота, который может быть различным для разных бизнесов в зависимости от специфики хозяйственной деятельности;

Какие виды издержек (затрат) относятся к прямым (переменным) затратам, а какие - к постоянным (накладным) расходам.

При разработке бюджетного формата необходимо включить в него прежде всего те статьи затрат (расходов), которые соответствуют наиболее важным (критическим) для данного бизнеса ресурсам. Какие ресурсы (виды затрат или расходов) должны быть выделены в формате бюджета доходов и расходов в качестве отдельных статей - целиком зависит от руководителя предприятия. Планирование всех показателей бюджета лучше вести в твердой валюте. Составление бюджета доходов и расходов необходимо начинать, как уже отмечалось, с разработки прогнозов сбыта и бюджета продаж. Общий оборот и (или) чистые продажи (прогноз нетто-выручки от реализации) являются показателями для финансовой оценки объема продаж [41, с. 62].

В публикациях посвященных бюджетированию, можно встретить различные варианты выделения объектов бюджетирования. Наиболее упо-

требляемыми являются термины «бизнес-единицы» и «центры учета». В качестве и тех и других фигурируют центры затрат (обычно это функциональные или штабные службы и подразделения), центры прибыли (зарабатывающие подразделения и структуры, например дочерние фирмы, службы сбыта и т.п.), центры прибыли и убытков (производственные и другие линейные структурные подразделения). При всем многообразии вариантов классификации на самом деле можно выделить три основные группы структурных подразделений-объектов бюджетирования, различающихся технологией и организацией бюджетного процесса (все остальные виды структурных подразделений - элементы финансовой структуры в конечном счете можно отнести к одной из этих трех групп):

- 1) центры финансовой ответственности (ЦФО);
- 2) центры финансового учета (ЦФУ);
- 3) места возникновения затрат (МВЗ).

Предполагается, что ЦФО несут ответственность за финансовые результаты, и за прибыли (доходы), и за убытки (расходы). Они обычно имеют полную бюджетную схему, т.е. составляют все виды основных бюджетов, принятые в организации. ЦФУ могут отвечать только за некоторые финансовые показатели, за доходы и часть затрат (например, служба сбыта). МВЗ отвечает только за расходы (например, бухгалтерия, которая естественно, ничего не зарабатывает, а только тратит), причем не просто за какую-то их часть, а за так называемые регулируемые расходы, экономию которых руководство МВЗ может контролировать и обеспечивать (разрабатывать соответствующие мероприятия).

Бюджетный контроль за правильностью заполнения бюджетных форм и достоверностью включенной в них информации осуществляется централизованно службой заместителя генерального директора организации по экономическим вопросам. Она же осуществляет подготовку сводного бюджета и анализ предоставленной финансовой информации.

Результаты исполнения бюджетов ЦФО ежемесячно докладываются

заместителю генерального директора по экономическим вопросам, служба которого обобщает полученную информацию. По докладу заместителя руководитель хозяйствующего субъекта принимает решения о мерах по исправлению негативных тенденций и поощрению тех ЦФО, которые превысили (не исполнили) бюджетные нормативы. Бюджетный контроль осуществляется на основе целевых показателей и нормативов, устанавливаемых ЦФО на бюджетный период. Эти показатели устанавливаются до начала бюджетного периода (на период 12 месяцев) и остаются стабильным на протяжении всего бюджетного срока. Нормативы доводятся до ЦФО руководителями предприятия. Пересмотр (корректировка) нормативов осуществляется по завершении данного бюджетного периода в процессе разработки бюджета на новый бюджетный период.

#### **1.4. Влияние режимов налогообложения на уровень доходов индивидуальных предпринимателей**

Организация и ведение бухгалтерского и налогового учета зависит от того, какую систему налогообложения выберет налогоплательщик индивидуальный предприниматель. Требования к организации учета, детализации и группировке бухгалтерской информации для предпринимателей, использующих общую систему налогообложения и перешедших на упрощенную систему налогообложения, регулируются различными нормативными актами.

Действующее законодательство позволяет индивидуальному предпринимателю применять общую систему налогообложения и специальные налоговые режимы (ЕНВД, УСН, единый сельскохозяйственный налог).

Общий режим налогообложения. Такая система налогообложения избирается при необходимости выделения в документах для покупателей НДС.

В отличие от применения юридическим лицом общей системы налого-

обложения индивидуальный предприниматель не уплачивает налог на прибыль. Но при получении индивидуальным предпринимателем доходов возникает налоговая база по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ).

Согласно п. 1 ст. 210 НК РФ при определении налоговой базы по НДФЛ учитываются все доходы, полученные налогоплательщиком в налоговом периоде как в денежной, так и в натуральной форме или право на распоряжение которыми у него возникло, а также доходы в виде материальной выгоды. Такими доходами будут доходы от предпринимательской деятельности, подлежащие налогообложению в соответствии со ст. 227 НК РФ, и все прочие доходы, которые индивидуальный предприниматель получал как физическое лицо вне этой деятельности.

Если при исчислении налога на прибыль доходы можно было уменьшить на сумму расходов, то ИП при исчислении НДФЛ вправе уменьшить свои доходы на профессиональные налоговые вычеты (п. 1 ст. 221, п. 1 ст. 227 НК РФ).

Уменьшить можно только доход, полученный от предпринимательской деятельности.

По общему правилу расходы принимаются к вычету только в тех случаях, когда они могут быть подтверждены документально.

Однако в отношении индивидуальных предпринимателей ст. 221 НК РФ предусмотрено исключение из этого правила. Им разрешено учесть в составе профессионального вычета и неподтвержденные расходы. Но в размере 20% общей суммы доходов, полученной от предпринимательской деятельности. Это следует из абзац 4 п. 1 ст. 221 НК РФ.

Упрощенная система налогообложения (УСН). При УСН применяется кассовый метод признания доходов и расходов.

Индивидуальные предприниматели освобождаются от уплаты (ст. 346.11 НК РФ):

- 1) НДФЛ в части доходов от предпринимательской деятельности (за исключением налога, уплачиваемого с доходов, облагаемых по налоговым

ставкам 35% и 9%),

2) налога на имущество физических лиц (в части имущества, используемого для предпринимательской деятельности),

3) НДС (кроме НДС, подлежащего уплате при ввозе товаров на таможенную территорию РФ).

Но при этом индивидуальные предприниматели, применяющие УСН, не освобождаются:

1) От исполнения обязанностей налоговых агентов, предусмотренных ст. 24 НК РФ,

2) От обязанностей по ведению кассовых операций в соответствии с Порядком ведения кассовых операций в Российской Федерации, утвержденным Решением Совета директоров Банка России от 22 сентября 1993 г. № 40;

3) От обязанностей по представлению статистической отчетности;

4) От обязанностей, предусмотренных Федеральным законом от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт».

Согласно п. 3 ст. 346.12 НК РФ не вправе применять УСН:

1) индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством подакцизных товаров, а также добычей и реализацией полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых;

2) индивидуальные предприниматели, занимающиеся игорным бизнесом;

3) индивидуальные предприниматели, переведенные на систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог) в соответствии с гл. 26.1 НК РФ;

4) индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый (отчетный) период, определяемая в порядке, устанавливаемом федеральным органом исполнительной власти, уполномочен-

ным в области статистики, превышает 100 человек.

Индивидуальный предприниматель уплачивает:

1. Единый налог;
2. Страховые взносы (в размере 34% от стоимости страхового года (в 2010г.)

Два варианта объекта налогообложения при УСН.

В соответствии с п. 1 ст. 346.14 НК РФ налогоплательщики, переходящие на упрощенную систему, могут выбрать один из двух объектов налогообложения: «доходы» и «доходы, уменьшенные на величину расходов».

Исключение составляют индивидуальные предприниматели, являющиеся участниками договора простого товарищества (договора о совместной деятельности) или договора доверительного управления имуществом. Для них в п. 3 ст. 346.14 НК РФ определен только один объект налогообложения – «доходы, уменьшенные на величину расходов».

Объект налогообложения при применении УСН следует указать в заявлении о переходе на УСН. В случае если налогоплательщик решил изменить выбранный объект налогообложения после подачи заявления в налоговую инспекцию, ему необходимо уведомить об этом налоговую инспекцию до 20 декабря года, предшествующего году, с которого начнется применение упрощенной системы. Порядок такого уведомления не установлен, поэтому он осуществляется в произвольной форме.

Пункт 2 ст. 346.14 НК РФ разрешает предпринимателям - «упрощенцам» сменить выбранный объект налогообложения, но только по истечении года применения этого режима [1, с. 8].

Налоговая база может определяться двумя способами:

- 1) Объект налогообложения «Доходы»:  $\text{доходы} * 6\% = \text{налог к уплате}$ .

Сумма налога (авансовых платежей по налогу) к уплате может быть уменьшена не более чем на 50% на суммы: страховых взносов на обязательное пенсионное страхование.

- 2) Объект налогообложения «доходы минус расходы»: (доходы-

расходы) \* 15% = налог к уплате.

При упрощенной системе расходы принимаются в целях налогообложения согласно п. 2 ст. 346.17 НК РФ только после их оплаты.

Надо отметить, что законами субъектов РФ могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15% в зависимости от категорий налогоплательщиков.

При этом нельзя уплатить налог меньше суммы минимального налога, который исчисляется в размере 1% от доходов за период.

Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД). ЕНВД вводится в действие законами муниципальных районов, городских округов, городов, применяется наряду с общей системой налогообложения и распространяется только на определенные виды деятельности. Исчисление и уплата ЕНВД обязательны, если данный вид деятельности попадает под данный режим налогообложения.

При этом ИП освобождается от уплаты НДС, налога на имущество физических лиц, НДС.

Размер ЕНВД = базовая доходность (устанавливается Налоговым кодексом по каждому виду деятельности) X физический показатель (количество работников И.П., размер торговой площади) X K1 (коэффициент-дефлятор, устанавливается ежегодно федеральным законом) X K2 (корректирующий коэффициент, устанавливается представительными органами муниципальных районов и городских округов) X 15 % (ставка налога в соответствии с Налоговым кодексом).

Величина ЕНВД, может быть уменьшена на сумму страховых взносов по обязательному пенсионному страхованию, перечисленных за наемных работников.

Единый сельскохозяйственный налог. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей. Является специальным налоговым режимом. Регулируется главой 26.1. НК РФ. Единый сельскохозяйственный налог устанавливается НК РФ и вводится в действие законом

субъекта Российской Федерации об этом налоге. Перевод индивидуальных предпринимателей на уплату налога производится в порядке, установленном главой 26.1. НК РФ, независимо от численности работников. Индивидуальные предприниматели, являющиеся сельскохозяйственными товаропроизводителями, переводятся на уплату налога при условии, что за предшествующий календарный год доля выручки от реализации сельскохозяйственной продукции, произведенной ими на сельскохозяйственных угодьях, в том числе от реализации продуктов ее переработки, в общей выручке этих организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей от реализации товаров (работ, услуг) составила не менее 70 процентов. Уплата налога индивидуальными предпринимателями предусматривает замену для них совокупности налогов и сборов, подлежащих уплате в соответствии со статьями 13, 14 и 15 НК РФ, за исключением следующих налогов и сборов:

1. Налога на добавленную стоимость;
2. Акцизов;
3. Платы за загрязнение окружающей природной среды;
4. Налога на покупку иностранных денежных знаков и платежных документов, выраженных в иностранной валюте;
5. Государственной пошлины;
6. Таможенной пошлины;
7. Налога на имущество физических лиц (в части жилых строений, помещений и сооружений, находящихся в собственности индивидуальных предпринимателей);
8. Налога с имущества, переходящего в порядке наследования или дарения;
9. Лицензионных сборов. Индивидуальные предприниматели, переведенные на уплату налога, уплачивают страховые взносы на обязательное пенсионное страхование в соответствии с законодательством Российской Федерации о пенсионном обеспечении. Индивидуальные предприниматели,

переведенные на уплату налога, не освобождаются от обязанностей налоговых агентов, предусмотренных НК РФ.

Таким образом, применение специальных режимов налогообложения позволяет существенно повысить доходы от индивидуальной предпринимательской деятельности. Подводя итоги исследования в первой главе работы, следует отметить, что индивидуальный предприниматель имеет возможности более гибкого управления доходами, что связано с его полной самостоятельностью при распределении прибыли, экономит на ведении бухгалтерского учета, более низкими ставками по налогообложению по сравнению с юридическими лицами.

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ДОХОДОВ ОТ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **2.1. Характеристика деятельности индивидуального предпринимателя**

Исследование в данной аттестационной работе производится на основе практических данных индивидуального предпринимателя Монгуш Наили Дандар-ооловны.

Индивидуальный предприниматель Монгуш Н.Д. зарегистрирована 27.02.2002г., и осуществляет свою деятельность на основе Свидетельства о государственной регистрации №253. Основным видом деятельности И.П. Монгуш Н.Д. является оптово-розничная торговля товарами бытовой химии.

Индивидуальный предприниматель Монгуш Н.Д. начала свою деятельность 27.04.2002г., арендовав складское помещение.

Работает с 10:00 до 20:00 без перерыва на обед и выходных, что позволяет жителям города Кызыла совершать покупки в удобное время.

Оперативное руководство осуществляет индивидуальный предприниматель.

Производство имеет самостоятельный баланс, расчетный счет в банке, а также круглую печать, штампы и бланки.

В состав предприятия И.П. Монгуш Н.Д. входит: склад продукции и офис предприятия.

Предприятия в лице индивидуального предпринимателя самостоятельно устанавливает размеры торговых надбавок и наценок на продукцию и услуги. Размер наценок и надбавок устанавливается на основе реального спроса и предложения на предлагаемый предпринимателям товаров с учетом покрытия издержек и получения прибыли.

Главной и единственной задачей И.П. Монгуш Н.Д. является скорейшее продвижение товара с момента его поступления покупателю. Несмотря на простоту формулировки задачи, цепочка условий этого продвижения является не очень короткой и включает в себя: работу по оформлению заказа на товар, который могут купить у нас, получение и прием товара складом, работу над качеством поступившего товара, учет поступившей товара, распределение этого товара.

Деятельность И.П. Монгуш Н.Д. имеет следующую организационную структуру.

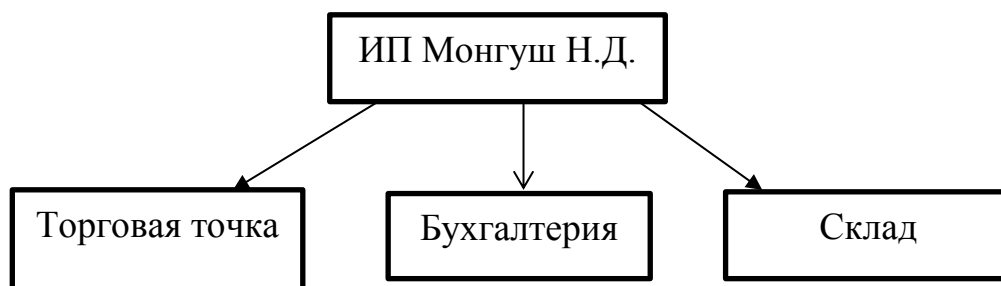


Рисунок 2.1. Организационная структура

Среднесписочная численность работников предприятия составляет 3 человек.

Предприятие осуществляет торговлю следующими видами товаров:

1. Моющие средства, в том числе средства для мытья посуды;
2. Чистящие средства;

3. Средства по уходу за различными видами поверхности, предметами и элементами интерьера;
4. Отбеливатели, кондиционеры-ополаскиватели, антистатики для белья;
5. Стиральный порошок и другие синтетические моющие средства;
6. Пятновыводящие средства (пятновыводители);
7. Средства для защиты от насекомых (инсектициды);
8. Дезинфицирующие средства;
9. Освежители воздуха;
10. Клеящие средства (клей);
11. Лакокрасочные средства;
12. Средства от крыс и мышей (родентициды);
13. Автокосметика;
14. Подсинивающие и подкрашивающие средства;
15. Прочие химические средства бытового назначения.

По данным Книги учета доходов и расходов (Приложение А) в структуре доходов И.П. Монгуш Н.Д. основную часть занимают доходы от обычных видов деятельности (реализация товаров).

Всего за 2018 г. И.П. Монгуш Н.Д. получила доход в размере 6556,800 руб.

Целью любого предприятия является прибыль, она же соответственно является и важнейшим объектом экономического анализа. Однако, сам размер прибыли не может охарактеризовать эффективность использования предприятием своих ресурсов. Одним из основных показателей характеризующих эффективность работы предприятия является рентабельность. Рентабельность, в общем смысле, характеризует целесообразность затраченных ресурсов в отношении к вновь приобретенным (прибыли) ресурсам.

Таблица 2.1.

Показатели экономической деятельности за 2016-2018 гг (тыс. руб.)

| Показатели | 2016 г | 2017 г | 2018 г | Абсолютные по- | Относитель |
|------------|--------|--------|--------|----------------|------------|
|------------|--------|--------|--------|----------------|------------|

|                                            |        |        |        | казатели (тыс. руб.) 2018г |                 | ные показатели (%) 2018г |            |
|--------------------------------------------|--------|--------|--------|----------------------------|-----------------|--------------------------|------------|
|                                            |        |        |        | 2016г<br>тыс. р            | 2017г<br>тыс. р | 2016г<br>%               | 2017г<br>% |
| Выручка от продажи товаров продукции.      | 2081,9 | 4223,2 | 6556,8 | 4474,9                     | 2333,6          | 314,9                    | 155,3      |
| Себестоимость продукции                    | 1443,6 | 3048,6 | 4490   | 3046,4                     | 1441,4          | 311                      | 147,3      |
| Коммерческие расходы                       | 479,9  | 882    | 1369,3 | 889,4                      | 487,3           | 285,3                    | 155,2      |
| Прибыль до налогообложения                 | 158,4  | 292,6  | 697,5  | 539,1                      | 404,9           | 440,3                    | 238,4      |
| Налог по УСН                               | 23,8   | 43,9   | 104,6  | 80,8                       | 60,7            | 439,5                    | 238,7      |
| Чистая прибыль                             | 134,64 | 248,7  | 592,9  | 254,6                      | 149,4           | 277,4                    | 160,1      |
| Рентабельность продаж %                    | 7,6    | 6,9    | 10,6   | 3                          | 3,7             | 139,5                    | 153,6      |
| Среднегодовая численность работников, чел. | 3      | 3      | 3      | 0                          | 0               | 100                      | 100        |
| Затраты на оплату труда                    | 187,2  | 226,8  | 255,6  | 68,4                       | 28,8            | 73,23                    | 88,73      |

Результаты деятельности И.П. Монгуш Н.Д. за 2016-2018 год представим в таблице 2.1.

По результатам таблицы 2.1. можно сделать вывод: несмотря на то, что рентабельность продаж в 2014г. (6,9%), в сравнении с 2016г. (7,6%), оказалась немного меньше, это не помешало получить предприятию прибыль почти в два раза больше (292,600 тыс. руб.). Также в 2018г. экономическая деятельность предприятия была с положительным результатом.

На основании таблицы 2.1. построим график выручки от продажи товаров за 3 года.

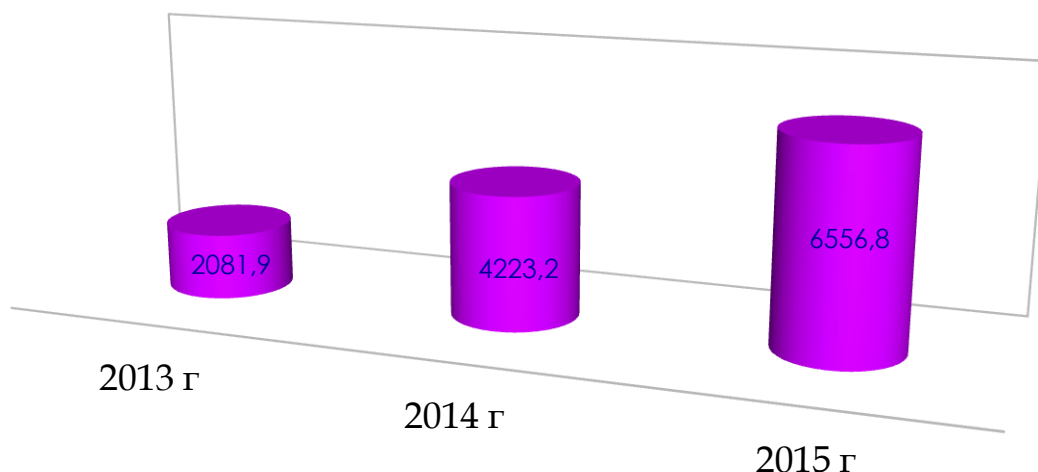


Рисунок 2.2. Выручка от продаж, (тыс. руб.)

Представленная диаграмма наглядно демонстрирует значительное увеличение выручки от продажи товаров, в связи с увеличением арендуемых торговых площадей.

Таким образом, оценка экономических показателей организации позволяет сделать вывод о том, что предприятие динамично развивается.

## **2.2. Анализ выручки и результатов финансово- хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя**

Сравнительный анализ фактических показателей и плановых в современных рыночных условиях не всегда дает объективную оценку деятельности предприятия. Часто это связывают с несовершенством процесса планирования и прогнозирования на предприятии, а иногда и с полным его от-

сутствием. Более распространенным является сравнительный анализ показателей отчетного периода с показателями прошлых периодов.

Проведем анализ динамики реализации продукции И.П. Монгуш Н.Д. за 2013-2015гг. в таблице 2.2.

Таблица 2.2.

Анализ динамики реализации за 2013-2015гг. (тыс. руб.)

| Показатели              | Фактические показатели |        |        | Абсолютные изменения (+,-) |               | Относительные изменения (%) |               |
|-------------------------|------------------------|--------|--------|----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|
|                         | 2013г                  | 2014г  | 2015г  | 2015г к 2013г              | 2015г к 2014г | 2015г к 2013г               | 2015г к 2014г |
| 1                       | 2                      | 3      | 4      | 5                          | 6             | 7                           | 8             |
| Выручка от продажи      | 2081,9                 | 4243,2 | 6556,8 | 4474,9                     | 2333,6        | 314,9                       | 155,3         |
| Себестоимость продукции | 1443,6                 | 3048,6 | 4490   | 3046,4                     | 1441,4        | 311                         | 147,3         |
| Валовая прибыль         | 638,3                  | 1174,6 | 2066,8 | 1428,5                     | 892,2         | 323,8                       | 176           |

Анализ динамики реализации за 2013-2015 год свидетельствует, что выручка от реализации в 2015 году выросла на 214,9% по сравнению с 2013 годом (на 4474,9 тыс. руб.) и на 55,3% или на 2333,6 тыс. руб. по сравнению с 2014 годом. Темпы роста себестоимости, были ниже темпов роста выручки от реализации. Себестоимость выросла в 2015 году на 3046,4 тыс. руб. или на 211% по сравнению с 2014 годом и на 1441,4 тыс. руб. или на 47,3% по сравнению с 2013 годом. В результате данных изменений валовая прибыль от реализации выросла в 2015 году на 1428,5 тыс. руб. или на 223,8%, в сравнении с 2013 годом, и на 892,2 тыс. руб. или на 76% с 2014 годом.

Одним из основных показателей эффективности реализации является показатель рентабельности реализации, исчисляемая как отношение прибыли от продажи к выручке от реализации.

Анализ рентабельности продаж предприятия ИП Монгуш. Н.Д. оформим в виде таблицы 2.3.

Таблица 2.3.

Расчет и анализ рентабельности продаж за 2013- 2015гг

| Показатели                                   | Фактические показатели<br>(тыс. руб.) |        |        | Абсолютные<br>изменения (+,<br>тыс. руб.) |                | Относительные<br>изменения (%) |                  |
|----------------------------------------------|---------------------------------------|--------|--------|-------------------------------------------|----------------|--------------------------------|------------------|
|                                              | 2013г                                 | 2014г  | 2015г  | 2015к<br>2013                             | 2015 к<br>2014 | 2015г к<br>2013г               | 2015г к<br>2014г |
| 1                                            | 2                                     | 3      | 4      | 5                                         | 6              | 7                              | 8                |
| Выручка от реализации                        | 2081,9                                | 4223,2 | 6556,8 | 4474,9                                    | 2333,6         | 314,9                          | 155,3            |
| Себестоимость реализации                     | 144,6                                 | 3048,6 | 4490   | 3046,4                                    | 1441,4         | 311                            | 147,3            |
| Валовая прибыль (стр.1-стр2.)                | 638,3                                 | 1174,6 | 2066,8 | 1428,5                                    | 892,2          | 323,9                          | 176              |
| Коммерческие расходы                         | 479,9                                 | 882    | 1369,3 | 889,4                                     | 487,3          | 285,3                          | 155,2            |
| Прибыль от продаж (стр.3-стр.4)              | 158,4                                 | 292,6  | 697,5  | 539,1                                     | 404,9          | 440,3                          | 238,4            |
| Рентабельность продаж % (стр.5 / стр. 1*100) | 7,6                                   | 6,9    | 10,6   | 3                                         | 3,7            | 139,5                          | 153,6            |

Данные таблицы 2.3. свидетельствуют об относительно неустойчивом росте рентабельности услуг, если по сравнению с 2013 годом в 2015 году они ниже на 3 пункта, то по сравнению с 2014 годом повышаются на 3,7 пункта.

Обозначим рентабельность продаж базового (2014 год) и отчетного (2015 год) периода за  $K_0$  и  $K_i$  соответственно.

Расчет произведем по формулам:

$$K_0 = \frac{P_0}{N_0}$$

(2.1)

$$K_i = \frac{P_i}{N_i}$$

(2.2)

Или

$$K_0 = \frac{(N_0 - S_0)}{N_0}$$

(2.3)

$$K_i = \frac{(N_i - S_i)}{N_i}$$

(2.4)

$$AK = Ki - Ko$$

(2.5)

где:  $P_i, P_o$  - прибыль от реализации отчетного и базисного периода;

$S_i, S_o$  - себестоимость;

$N_i, N_o$  - выручка от реализации;

По предприятию имеем следующие данные:

$S_i$  - 4490 тыс. руб.

$S_o$  - 3048,6 тыс. руб. исследуемому

$N_i$  - 6556,8 тыс. руб.  $N_o$  - 4223,2 тыс. руб.

Подставим данные в формулы (2.1), (2.2) и (2.3):

$$Ko = 292,6 / 4223,2 = 0,069 = 6,9\%$$

$$Ki = 697,5 / 6556,8 = 0,106 = 10,6\%$$

$$AK = 10,6 - 6,9 = 3,7\%$$

Влияние фактора изменения цены на рентабельность продаж определяется расчетом:

$$AKN = \frac{(Ni - So)}{Ni} - \frac{(No - So)}{No}$$

(2.6)

$$AKN = (6556,8 - 3048,6) / 6556,8 - (4223,2 - 3048,6) / 4223,2 = 0,54 - 0,28 = 0,26$$

т.е. за счет увеличения выручки от реализации продукции рентабельность продаж увеличилась на 26 %. Соответственно, влияние фактора изменения себестоимости составит:

$$AKs = \frac{(Ni - Si)}{Ni} - \frac{(Ni - So)}{Ni}$$

(2.7)

$$AKs = (6556,8 - 4490) / 6556,8 - (6556,8 - 3048,6) / 6556,8 = 0,32 - 0,54 = - 0,22$$

т.е. за счет увеличения себестоимости и затрат на продажу показатель рентабельности сократился на 22 %.

Сумма факторных отклонений дает общее изменение рентабельности

продаж за период:

$$AK = AKN + AKS$$

(2.8)

$$AK = 0,26 - 0,22 = 0,04 = 4\%$$

Таким образом, повышение рентабельности продаж на 4 % явилось результатом влияния следующих факторов:

- 1) увеличение выручки от реализации на 26 %;
- 2) увеличения себестоимости на 22 %.

В системе показателей экономической эффективности деятельности анализируются такие показатели, как выручка от реализации работ и услуг на 1 руб. затрат, а также снижение затрат на 1 руб. выручки от реализации работ и услуг.

Таблица 2.4.

Анализ реализации работ и услуг на 1 руб. затрат  
в ИП Монгуш Н.Д. за 2014-2015гг

| №<br>п/<br>п | Виды затрат                                         | 2014г  | 2015г  | Изменения                         |                                          |
|--------------|-----------------------------------------------------|--------|--------|-----------------------------------|------------------------------------------|
|              |                                                     |        |        | Абсолют-<br>ные (гр. 3 -<br>гр.2) | Относительные<br>(гр. 3 /гр.2* 100)<br>% |
| 1            | Выручка от реализации,<br>тыс. руб.                 | 4223,2 | 6556,8 | 2333,6                            | 155,3                                    |
| 2            | Затраты, тыс. руб.                                  | 3930,6 | 5859,3 | 1928,7                            | 149,06                                   |
| 3            | Реализация услуг на 1 руб.<br>затрат (стр.1 /стр.2) | 1,07   | 1,12   | 0,05                              | 104,67                                   |
| 4            | Затраты на 1 руб. реализа-<br>ции (стр.2 /стр.1)    | 0,93   | 0,89   | -0,04                             | 95,69                                    |

Как показывает таблица 2.4. выручка от реализации на 1 руб. затрат в 2015 году была выше на 0,05 руб., чем в 2014. Соответственно снизились затраты на один рубль реализации на 0,04 руб. или на 4,31%.

Снижение затрат на 1 руб. реализации является фактом повышения эффективности деятельности предприятия.

Определим экономический результат отчетного года за счет снижения

затрат на 1 руб. реализации по сравнению с прошлым годом:

$$\text{Эпл} = (0,72 - 0,68) \times 6556,8 = 0,04 \times 6556,8 = 262,3 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, за счет уменьшения затрат на 1 руб. реализации в отчетном 2015 году прямые доходы предприятия составили 262,3 тыс. руб. по сравнению с прошлым 2014 годом.

Для анализа и оценки уровня и динамики показателей прибыли составляется таблица (табл. 2.5.). Общий финансовый результат отчетного периода отражается в отчетности в развернутом виде и представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации продукции (работ, услуг), от финансовой и прочей деятельности; прочих вне реализационных операций.

Таблица 2.5.

Динамика показателей прибыли за 2014-2015гг.

| № п/п | Показатели                                               | 2015г  | 2014г  | 2014г в % к 2015г |
|-------|----------------------------------------------------------|--------|--------|-------------------|
| 1     | Выручка от реализации товаров                            | 6556,8 | 4223,2 | 155,3             |
| 2     | Себестоимость                                            | 4490   | 3048,6 | 147,3             |
| 3     | Валовой доход                                            | 2066,8 | 1174,6 | 176               |
| 4     | Коммерческие расходы                                     | 1369,3 | 882    | 155,2             |
| 5     | Прибыль (убыток) от реализации                           | 697,5  | 292,6  | 238,4             |
| 6     | Прибыль (убыток) от финансово-хозяйственной деятельности | 697,5  | 292,6  | 238,4             |
| 7     | Прибыль (убыток) отчетного периода                       | 697,5  | 292,6  | 238,4             |
| 8     | Прибыль остающаяся в распоряжении предпринимателя        | 398,1  | 248,7  | 160,1             |

Из данных таблицы 2.5. следует, что прибыль отчетного года по отношению к предшествующему периоду выросла на 138,4%, что привело также к соответствующему увеличению прибыли, оставшейся в распоряжении организации.

Выручка от реализации услуг, работ растет быстрее, чем прибыль от реализации товаров, работ, услуг. Это свидетельствует об относительном увеличении затрат.

Чистая прибыль растет быстрее, чем прибыль от реализации (работ,

услуг). Это связано со снижением коммерческих и управленческих расходов организации, которые увеличивали операционные расходы, тем самым уменьшали налогооблагаемую прибыль. Все это привело к увеличению прибыли отчетного периода.

Таблица 2.6.

Формирование балансовой прибыли за 2014-2015гг. (тыс. руб.)

| № п/п | Показатели                                               | 2015г  | 2014г  | Отклонение в абсолютных величинах |
|-------|----------------------------------------------------------|--------|--------|-----------------------------------|
| 1     | Выручка от реализации товаров                            | 6556,8 | 4223,2 | 2333,4                            |
| 2     | Себестоимость                                            | 4490   | 3048,6 | 1441,4                            |
| 3     | Валовой доход                                            | 2066,8 | 1174,6 | 892,2                             |
| 4     | Расходы                                                  | 1369,3 | 882    | 487,3                             |
| 5     | Прибыль (убыток) от реализации                           | 697,5  | 292,6  | 404,9                             |
| 6     | Прибыль (убыток) от финансово-хозяйственной деятельности | 697,5  | 292,6  | 404,9                             |
| 7     | Прибыль (убыток) отчетного периода                       | 697,5  | 292,6  | 404,9                             |

Выручка от реализации в И.П. Монгуш Н.Д., определяется по кассовому методу, т.е. по мере их оплаты в полном объеме.

Выявлен финансовый результат: прибыль в 2014г составляла – 292,600 руб., а в 2015г – 697,500 руб., т.е. увеличение за года на 404,900 руб.

Таким образом, выявлена положительная динамика финансового результата И.П. Монгуш Н.Д. за период с 2014 по 2015 годы.

### 2.3. Ценовая политика в системе управления доходами И.П. Монгуш Н.Д.

Индивидуальный предприниматель при формировании ценовой политики ориентируется на цены бытовой химии и парфюмерии сложившиеся на рынке в Кызыле.

Таблица 2.7.

Структурный анализ цены

| №<br>п/<br>п | Структурный<br>элемент цены | Годы    |        |        | Доля в общей совокупности<br>цены, % |       |       |
|--------------|-----------------------------|---------|--------|--------|--------------------------------------|-------|-------|
|              |                             | 2013г   | 2014г  | 2015г  | 2013г                                | 2014г | 2015г |
| 1            | Затраты итого               | 1971,3  | 4010,5 | 6011,9 | 92,56                                | 93,24 | 89,6  |
| 2            | Налоги УСН                  | 23,8    | 43,9   | 104,6  | 01,12                                | 01,02 | 01,56 |
| 3            | Чистая прибыль              | 134,64  | 248,7  | 592,9  | 06,32                                | 5,74  | 8,84  |
| 4            | Всего                       | 2129,74 | 4303,1 | 6709,4 | 100                                  | 100   | 100   |

Наибольший удельный вес составляют основные затраты, проанализированные в таблице 2.7.

Рассмотрим состав цены за 2015 отчетный год на рисунке 2.3.

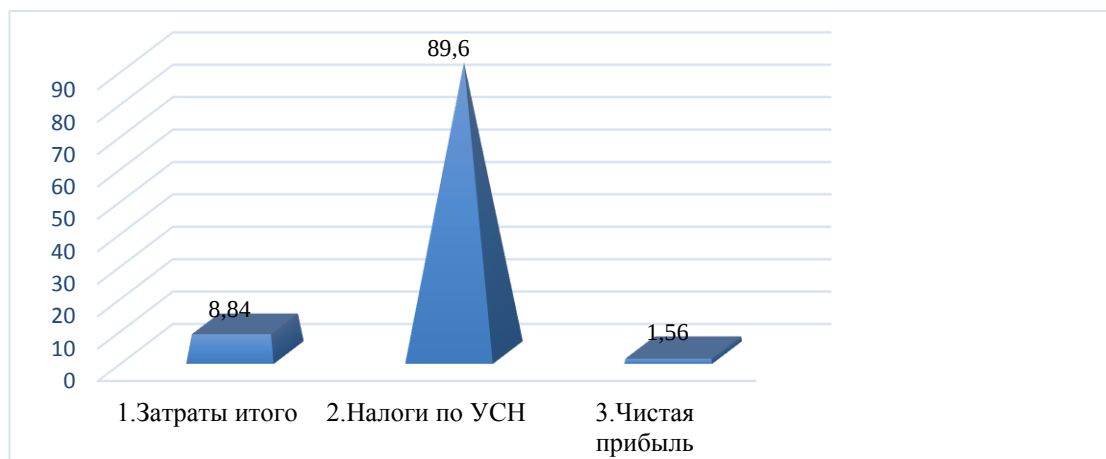


Рисунок 2.3. Структура цен за 2015 год

Процентное соотношение элементов цены по процентным долям в общей совокупности за три года представлено на рисунке 2.4.



Рисунок 2.4. Структурный анализ цены за ряд лет

Структурный анализ цены показывает, что основную часть занимают расходы, непосредственно связанные с себестоимостью продукции.

Анализ цен и товаров конкурентов является важным и ответственным этапом в методике установления цен на товары.

Прежде всего, на данном этапе ценообразования индивидуальному предпринимателю Монгуш Н.Д. необходимо иметь не только данные о ценах конкурентов, но и глубокие исследования технико-экономических характеристик товаров конкурентов. Последнее необходимо для сопоставительного анализа товаров производителя и конкурентов.

Кроме того, на данном этапе проводятся исследования реакции фирмы на возможное изменение цен, предпринятое конкурентом. В результате этого исследования предприниматель должен быть готов ответить на нижеследующие вопросы.

1. Почему конкурент изменил цену: для завоевания рынка, использования недогруженных мощностей, компенсирования издержек или чтобы положить начало изменению цен в отрасли в целом?
2. Планирует ли конкурент изменение цен на время или навсегда?
3. Что произойдет с долей рынка фирмы и ее доходами, если она не примет ответных мер?
4. Собираются ли предпринимать ответные меры другие предприятия?

5. Какими могут быть ответы конкурента и других предприятий на каждую из возможных ответных реакций?

Помимо решения этих вопросов, индивидуальный предприниматель Монгуш Н.Д. должен провести и более широкий анализ. Ему следует изучить проблемы, связанные с этапом жизненного цикла своего товара, значение этого товара в рамках своей товарной номенклатуры, изучить намерения и ресурсы конкурента, предложенную цену и чувствительность рынка с точки зрения ценностной значимости товара, динамику издержек в зависимости от объема производства и прочие возможности, открывающиеся перед предпринимателем.

Произведем сравнительный анализ цен И.П. Монгуш Н.Д. и основных конкурентов ООО «ДАВ-Косметик» и ООО «Новый Свет».

Таблица 2.8.

Сравнительный анализ цен И.П. Монгуш Н.Д. и ООО «ДАВ-Косметик»

| № п/п | Наименование позиции                | ИП Монгуш Н.Д., цена, руб. | ООО «ДАВ-Косметик», цена, руб. | Ценовая разница, руб. | Ценовая разница, % |
|-------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|-----------------------|--------------------|
|       | 1                                   | 2                          | 3                              | 4                     | 5                  |
| 1     | Влажные салфетки АКВА 10шт          | 66                         | 57,7                           | 8,3                   | 12,58              |
| 2     | Влажные салфетки Тик-так 10шт       | 66                         | 49,8                           | 16,2                  | 24,55              |
| 3     | Влажные салфетки Малыш 10шт         | 89                         | 88,4                           | 0,6                   | 0,67               |
| 4     | Влажные салфетки Винус 10шт         | 69                         | 65,6                           | 3,4                   | 4,93               |
| 5     | Стиральный порошок ГРАНД 2,5кг      | 79,3                       | 86,5                           | 7,2                   | 8,4                |
| 6     | Стиральный порошок Просто Чисто 2кг | 69,7                       | 81,0                           | 11,3                  | 14,02              |
| 7     | Стиральный порошок ДОСЯ 2,5кг       | 65,9                       | 82,3                           | 16,4                  | 19,95              |
| 8     | Стиральный порошок ДЭНИ 2,5кг       | 58,7                       | 72,7                           | 1,4                   | 19,31              |
| 9     | Стиральный порошок ВАЙТ 3кг         | 74,0                       | 74,2                           | 0,2                   | 0,27               |

По данной таблице можно сделать следующие выводы:

1) цены на недорогие товары, в частности влажные салфетки, в таблице

они представлены первыми четырьмя позициями, у И.П. Монгуш Н.Д. выше, чем в ООО «ДАВ-Косметик» в среднем на 10,68 %.

2) Большинство же наименований, которые можно охарактеризовать как пользующиеся наибольшим спросом, относящиеся к более высокой ценовой категории и приносящие основной доход, у И.П. Монгуш Н.Д. дешевле в среднем на 15,61%, чем аналоги в конкурирующей фирме «ДАВ-Косметик».

Сравнительный анализ цен по видам продукции, реализуемой предприятиями-конкурентами И.П. Монгуш Н.Д. и компанией «ДАВ-Косметик», представлен на рисунке 2.5.

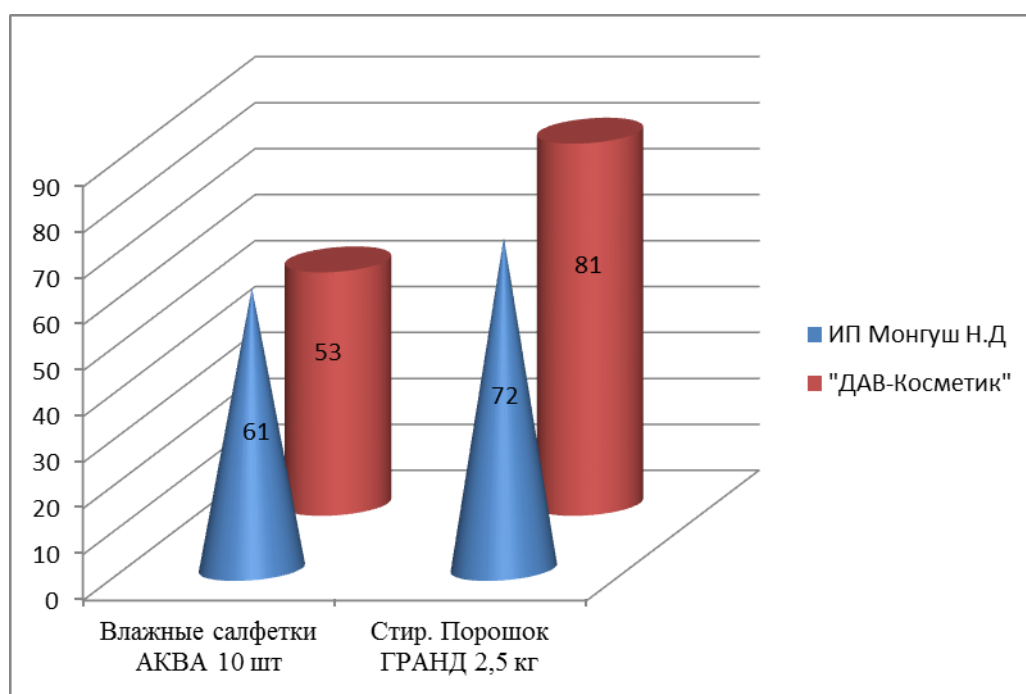


Рисунок 2.5. Оценка конкурентоспособности продукции И.П. Монгуш Н.Д. и товара конкурентов по цене

Такого же рода анализ проведем по ценам другой конкурирующей компании ООО «Новый Свет». Все данные, полученные в результате проделанной работы, зафиксированы в таблице 2.9.

Таблица 2.9.

**Сравнительный анализ цен И.П. Монгуш Н.Д. и фирмы ООО «Новый Свет»**

| <b>№ п/п</b> | <b>Наименование позиции</b>         | <b>И.П. Монгуш Н.Д., цена, руб.</b> | <b>ООО «ДАВ-Косметик», цена, руб.</b> | <b>Ценовая разница, руб.</b> | <b>Ценовая разница, %</b> |
|--------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|---------------------------|
|              | 1                                   | 2                                   | 3                                     | 4                            | 5                         |
| 1            | Влажные салфетки АКВА 10шт.         | 66                                  | 67,8                                  | 1,8                          | 2,72                      |
| 2            | Влажные салфетки Тик-так 10шт       | 66                                  | 67,4                                  | 1,4                          | 2,12                      |
| 3            | Влажные салфетки Малыш 10шт         | 89                                  | 92,3                                  | 3,3                          | 3,7                       |
| 4            | Влажные салфетки Винус 10шт         | 69                                  | 71,07                                 | 2,07                         | 3                         |
| 5            | Стиральный порошок ГРАНД 2,5кг      | 79,3                                | 87,5                                  | 8,2                          | 10,34                     |
| 6            | Стиральный порошок Просто Чисто 2кг | 69,7                                | 83,7                                  | 14                           | 20,08                     |
| 7            | Стиральный порошок ДОСЯ 2,5кг       | 65,9                                | 84,5                                  | 18,6                         | 28,22                     |
| 8            | Стиральный порошок ДЭНИ 2,5кг       | 58,7                                | 73,9                                  | 15,2                         | 25,89                     |
| 9            | Стиральный порошок ВАЙТ 3кг         | 74,0                                | 76,06                                 | 2,06                         | 2,78                      |

Проанализировав все показатели, представленные в таблице 2.9. можно вывести среднюю процентную разницу в ценах предприятий-конкурентов по определенным товарным сегментам. На влажные салфетки, продающиеся по ценам от 66 до 92,3 руб., наценка у ИП Монгуш Н.Д. в среднем на 2,86% ниже наценки ООО«Новый Свет». Ценовая разница стиральных порошков в категории стоимостью от 58,7 до 87,5 руб., на 17,46% выше у ООО «Новый Свет».

Анализ цен ИП Монгуш Н.Д и конкурирующей фирмы ООО «Новый Свет» представлен на рисунке 2.6.

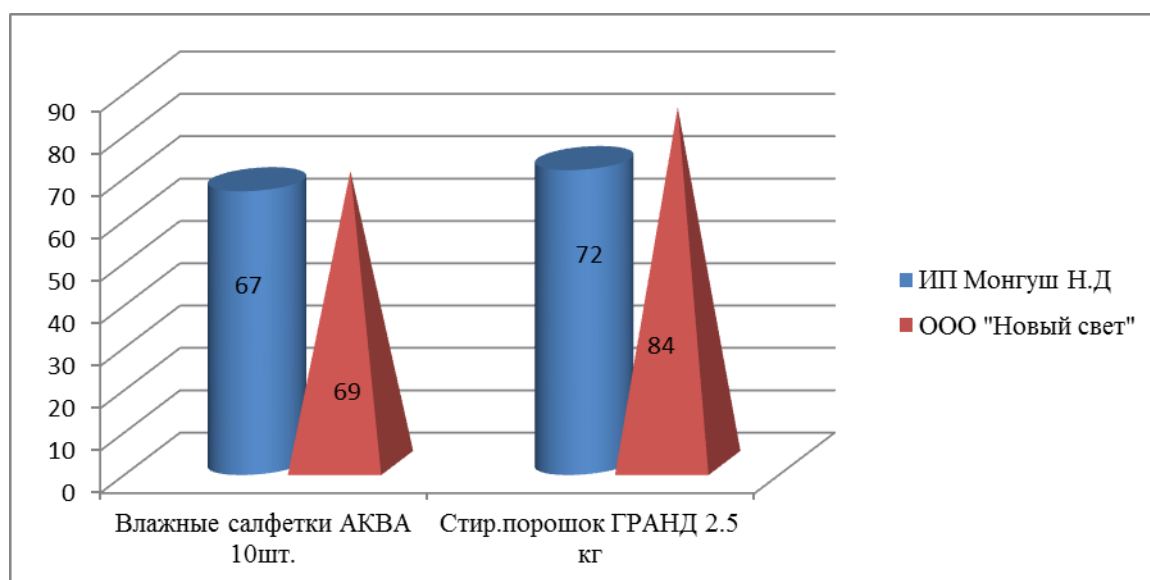


Рисунок 2.6. Анализ цен И.П. Монгуш Н.Д. и ООО «Новый Свет»

Если провести анализ уровня цен трех конкурирующих предприятий с целью выявления общей динамики ценового уровня на рынке компьютерных продаж и сопоставить их с предыдущими данными, то можно получить объективное представление о ценовой политике предприятий-конкурентов в целом. Рассмотрим средние текущие цены на некоторые группы товаров и представим их в виде таблицы 2.10.

Таблица 2.10.

Аналитические сравнительные данные с ценами основных конкурентов

| № п/п | Наименование группы товаров    | ИП Монгуш Н.Д., руб | ООО «ДАВ-Косметик», цена, руб. | ООО «Новый Свет», цена, руб. | Ценовая разница Монгуш-Дав-Косметик | Ценовая разница (Монгуш-Новый Свет), руб. |
|-------|--------------------------------|---------------------|--------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|
|       | 1                              | 2                   | 3                              | 4                            | 5                                   | 6                                         |
| 1     | Влажные салфетки АКВА 10шт.    | 66                  | 57,7                           | 67,8                         | +8,3                                | -1,8                                      |
| 2     | Стиральный порошок ГРАНД 2,5кг | 79,3                | 86,5                           | 87,5                         | -7,2                                | -8,2                                      |

Как видно из таблицы 2.10. у анализируемого индивидуального предпринимателя Монгуш Н.Д. цены реализуемого товара ниже цен конкурента

ООО «Новый Свет», а в сравнении с ООО «ДАВ – Косметик», цена может быть выше или ниже, в зависимости от вида продукции.

Сравнительный анализ трех аналогичных товарных позиций на исследуемом предприятии и предприятиях-конкурентах представлен на Рисунке 2.7.

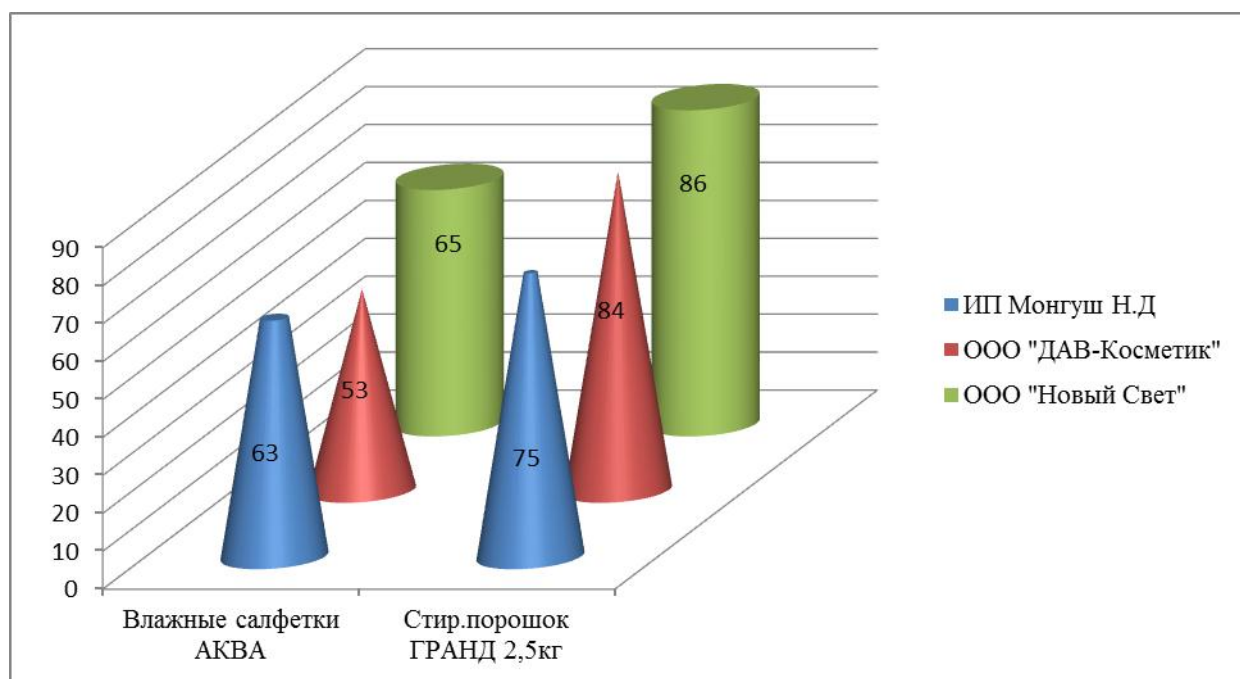


Рисунок 2.7. Сравнительный анализ цен ИП Монгуш Н.Д.,  
ООО «ДАВ Косметик» и ООО «Новый Свет»

Сопутствующие услуги в анализируемых предприятиях это доставка продукции, во всех предприятиях эта услуга бесплатна, в связи с этим она не рассматривается.

Итоги проведенного анализа цен конкурирующих фирм и индивидуального предпринимателя Монгуш Н.Д. наглядно говорят о том, что на исследуемом предприятии сложился средний уровень цен в системе продаж бытовой химии, и оно прочно занимает свою нишу на данном рынке.

Несмотря на сравнительно низкий уровень цен И.П. Монгуш Н.Д., можно выделить существенный недостаток в ценовой политике предпринимателя – отсутствие системы скидок клиентам. Разработка системы ски-

док и дифференциация цен позволила бы И.П. Монгуш Н.Д использовать цены как мощный инструмент управления доходами.

И.П. Монгуш Н.Д. значительно превосходит своего конкурента ООО «Новый Свет» по всем видам продукции и имеет гораздо более широкие возможности для ведения конкурентной борьбы. Сравнительный анализ цен И.П. Монгуш Н.Д. и ООО «ДАВ-Косметик» показал, что разница в цене на продукцию почти отсутствует. Единственная угроза со стороны ООО «ДАВ-Косметик» – это переманивание покупателей за счёт эффекта новизны своей продукции и увеличения ассортимента товара.

Таким образом, главная задача И.П. Монгуш Н.Д. в конкурентной борьбе-сохранять достаточно большую дистанцию между собой и ООО «Новый Свет», соблюдая явное лидерство. Крайне внимательно следить за всеми нововведениями в конкурирующей компании ООО «ДАВ-Косметик» (число которых увеличилось в последнее время) и просчитывать, как это может отразиться на состоянии их компании.

Рассмотрим виды элементов затрат и их удельный вес в общей совокупности, произведенных в процессе функциональной деятельности И.П. Монгуш Н.Д. за последние три года и представим полученные данные в таблице 2.7.

Таблица 2.11.

Анализ структуры основных затрат в составе цены

| №<br>п/<br>п | Структурный элемент за-<br>трат | Годы   |        |        | Доля в общей сово-<br>купности затрат, % |       |       |
|--------------|---------------------------------|--------|--------|--------|------------------------------------------|-------|-------|
|              |                                 | 2013г  | 2014г  | 2015г  | 2013г                                    | 2014г | 2015г |
|              | 1                               | 2      | 3      | 4      | 5                                        | 6     | 7     |
| 1            | Себестоимость продукции         | 1443,6 | 3048,6 | 4490   | 67,63                                    | 72,56 | 72,19 |
| 2            | Коммерческие расходы            | 479,9  | 882    | 1369,3 | 22,48                                    | 20,99 | 22,01 |
| 3            | Налог по УСН                    | 23,8   | 43,9   | 104,6  | 1,11                                     | 1,04  | 1,68  |
| 4            | Затраты на оплату труда         | 187,2  | 226,8  | 255,6  | 8,78                                     | 5,39  | 4,12  |
| 5            | Затраты итого                   | 2134,5 | 4201,3 | 6219,5 | 100                                      | 100   | 100   |

Отразим полученные данные на рисунке 2.8.

### **Анализ структуры основных затрат в составе цены за 2015 год**

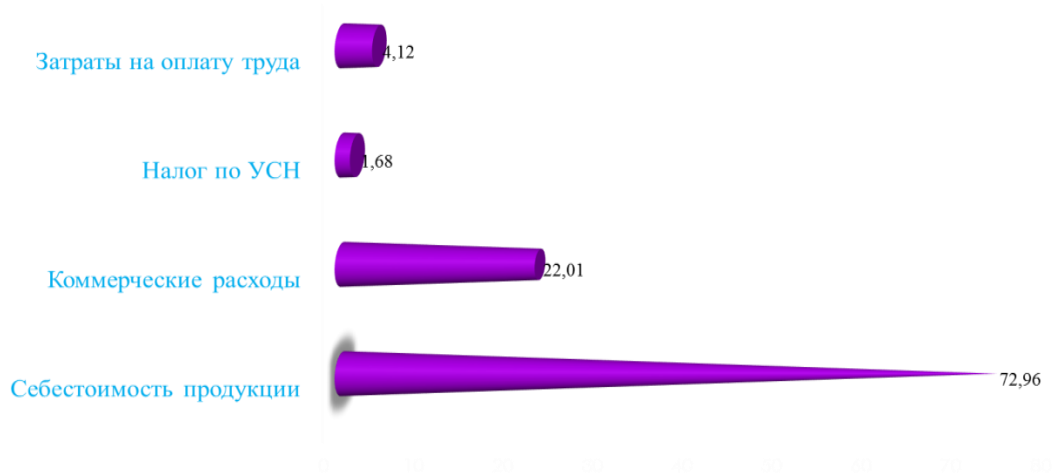


Рисунок 2.8. Структура основных видов затрат в составе цены за 2015г

На основании расчетов, зафиксированных в таблице 2.11. и рис. 2.8. можно сделать вывод, что наибольшую долю в общей совокупности произведенных затрат составляют затраты на закупку продукции и коммерческие расходы.

В целом уровень доходов прибыли и рентабельности индивидуального предпринимателя Монгуш Н.Д. в 2015 году увеличился по сравнению с 2013 годом. Это обусловлено более грамотным использованием материально-технической базы и проводимой ценовой политикой, ориентированной на рост объема продаж.

## **ГЛАВА 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ДОХОДОВ И.П. МОНГУШ Н.Д.**

### **3.1. Комплекс мероприятий, направленных на увеличение доходов И.П. Монгуш Н.Д**

Автором разработан комплекс мероприятий, направленных на увеличение доходов И.П. Монгуш Н.Д. по следующим направлениям:

1. Сдача в аренду неиспользуемой площади склада.
2. Проведение рекламной кампании.
3. Открытие дополнительного демонстрационного и торгового залов.
4. Гибкая система скидок.

Индивидуальный предприниматель Монгуш Н.Д. имеет в своем распоряжении складское помещение. Склад разделен на несколько отсеков, один из них не используется предпринимателем. Площадь отсека 54 квадратных метра. Это помещение находится в запущенном состоянии, много мусора и отсутствие окон. Используя труд своих работников, несложно избавиться от мусора в помещении, а также обратившись в компанию по установке окон устранить второй недостаток помещения. Установка двух окон обойдутся предпринимателю в 28 тыс. руб. Примерная цена аренды складского помещения такого типа колеблется от 200 до 400 руб. за квадратный метр в сутки. Сдавая помещение в аренду по минимальной цене в 200 руб. за квадратный метр, предприниматель окупит установку окон через 140 дней. Если цена будет выше установка окон окупится раньше, после чего предприниматель будет получать доход согласно цене аренды.

Использование рекламы для повышения конкурентоспособности И.П. Монгуш Н.Д. необходимо создать позитивный имидж своей компании. Корпоративный, или организационный имидж - это образ организации в представлении групп общественности. Он привлекает потребителей и партнеров, ускоряет продажи и увеличивает их объем. Он облегчает доступ

организации к ресурсам (финансовым, информационным, человеческим, материальным) и ведение операций.

Имидж - это не только средство, инструмент управления, но и объект управления. Позитивный имидж, так же, как и паблисити, создается основной деятельностью компании, а также целенаправленной информационной работой, ориентированной на целевые группы общественности. Эта работа осуществляется в значительной мере посредством маркетинговых коммуникаций (паблик рилейшн, реклама, личные продажи, стимулирование продаж). Работа по созданию имиджа ведется целенаправленно для каждой группы и различными средствами. Создание имидж ведется на основе стратегического подхода, с помощью интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Сегодня необходимость тщательного планирования рекламных кампаний осознает все большее число рекламодателей. Безусловно, правильный выбор позволит повысить эффективность рекламы.

После осуществления рекламной кампании планируется увеличение выручки на 5% (по среднестатистическим данным 5% - эффективность рекламных мероприятий) до применения рекламы средняя сумма выручки в месяц составляла 550,000руб., ожидаемый результат после выхода рекламы 577,500руб.

Открытие дополнительного демонстрационного и торгового зала в непосредственной близости от склада.

Открытие дополнительного демонстрационного и торгового залов позволит повысить эффективность розничных сетей реализации И.П. Монгуш Н.Д. и увеличить валовой объем прибыли, приносимой розничным отделом компании. Открывая новый розничный магазин появляется ряд преимуществ перед существующей структурой розничного отдела:

- 1) увеличивается зона охвата Кызыла рынка;
- 2) увеличивается суммарное количество розничных клиентов компании;
- 3) каждый из торговых залов розничного отдела становится более сво-

бодным, что положительно сказывается на мнении розничных клиентов, нежелающих стоять в очередях.

Система скидок. Компании, как правило, устанавливают не какую-то одну цену, а создают целую систему ценообразования, которая отражает различия в спросе и издержках по географическому признаку, требованиям конкретных сегментов рынка, распределении закупок по времени, объемах заказов, графиков поставок, гарантиях, договорах об обслуживании. Применение скидок и рекламная поддержка товара приводит к различию в норме прибыли изделий.

Чрезвычайно полезным и гибким инструментом маркетинговой политики фирмы является система скидок с цен. Родившись из традиционного для любого базара обычая снижения запрашиваемой цены для покупателя, который берет больше товара, ныне практика установления скидок стала чрезвычайно изощренной, а набор топов скидок весьма разнообразным.

В качестве вознаграждения потребителей за определенные действия, такие, как ранняя оплата счетов, закупки большого объема или внесезонные закупки, многие компании готовы изменять свои исходные цены. Публикуемые цены носят преимущественно справочный характер и довольно часто существенно отклоняются от фактически уплачиваемых покупателем цен вследствие широкого применения системы специальных скидок (discount). Встречаются и русскоязычные варианты термина - удержание с цены и дисконт.

Размер скидок зависит от характера сделки, условий поставки и платежа, взаимоотношений с покупателями и от конъюнктуры рынка в момент заключения сделки.

Скидка за платеж наличными - уменьшение цены для покупателей, которые оперативно оплачивают счета наличными средствами. Покупатель, расплатившийся в течение 10 дней, получает, например, двух-, трехпроцентное снижение от суммы платежа. Эта скидка может применяться и частично, например, только для процента от всей суммы, полученной в пре-

делах 30 дней. При более крупном объеме поставки или более дорогом оборудовании данный вид скидки может сильно активизировать местного контрагента, заинтересованного быстрее продать и получить свой немалый доход.

Подобные скидки широко применяются для улучшения состояния ликвидности поставщика продавца, ритмичности его денежных поступлений и сокращения расходов в связи с взысканием дебиторской задолженности.

Скидка за объем покупаемого товара - соразмерное уменьшение цены для покупателей, закупающих большие количества аналогичного товара. Обычно скидка устанавливается в процентах к общей стоимости или единичной цене установленного объема поставки, например, 10% скидки при заказе свыше 1000 штук. Скидки могут предлагаться на некумулятивной основе (на каждый размещенный заказ) или на кумулятивной основе (на количество изделий, заказанных за определенный период).

Скидки за количество должны предлагаться всем покупателям, но в этом случае поставщик/продавец должен следить за тем, чтобы сумма скидок не превышала его суммы экономии по издержкам в связи с увеличением объемов продаваемого товара. Скидки такого рода могут служить также для потребителя стимулом делать закупки у одного продавца.

Скидка за оборот, бонусная скидка (bonus), предоставляется постоянным покупателям на основании специальной доверенности. В контракте в этом случае устанавливается шкала скидок (scaleofdiscount), в зависимости от достигнутого оборота в течение определенного срока (обычно одного года), а также порядок выплаты сумм на основе этих скидок.

Для сохранения долгих деловых отношений со своими контрагентами, а также для привлечения новых клиентов, индивидуальному предпринимателю Монгуш Н.Д. необходима простая и одновременно продуктивная система скидок для покупателей. Покупателю можно предложить на выбор систему скидок.

Например: скидка за объем покупаемого товара или скидка за оборот.  
Скидка за объем покупаемого товара представлена в таблице 3.2.

Таблица 3.2.

Скидка за объем покупаемого товара

| №<br>п/п | Сумма покупки         | Скидка |
|----------|-----------------------|--------|
|          | 1                     | 2      |
| 1        | от 3 до 6 тыс. руб.   | 1%     |
| 2        | от 6 до 9 тыс. руб.   | 2%     |
| 3        | от 9 до 12 тыс. руб.  | 3%     |
| 4        | от 12 до 15 тыс. руб. | 4%     |
| 5        | Сумма покупки         | Скидка |

Скидка за оборот:

При оплате контрагентом товара на сумму 120 тыс. руб., в месяц, на следующий месяц ему предоставляется скидка в размере 5% не зависимо от суммы закупа.

Также можно добавить скидку за оплату без отсрочки.

Обобщив практику применяемых скидок, можно сделать вывод, что они способствуют выполнению ценой ее стимулирующей функции, помогают маркетинговым исследованиям. А именно: способствуют снижению издержек производства, хранения, реализации вследствие возросшего сбыта, облегчает завоевание постоянных клиентов и перспективное планирование деятельности фирмы, стимулируют заказы больших объемов, оказывают рекламное содействие сбыту на рынке.

### **3.2. Оптимизация налоговых платежей с целью управления доходами И.П. Монгуш Н.Д.**

Поиск путей оптимизации налоговых платежей представляет собой одно из направлений управления доходами от предпринимательской деятельности, осуществляемой И.П. Монгуш Н.Д.

Налоговое планирование в И.П. Монгуш Н.Д. можно условно подразделить на четыре этапа. На первом этапе решается задача выбора профиля

предпринимательской деятельности, ее организационно - правовой формы. Так, И.П. Монгуш Н.Д., осуществляющая оптово-розничную торговлю товарами бытовой химии, находится в лучшем налоговом режиме, чем фирма, реализующая алкогольную продукцию оптом.

Ко второму этапу налогового планирования относится решение о выгодном с налоговой точки зрения расположении предприятия. При этом под выгодным расположением предприятия подразумевается не только льготный налоговый режим, предоставляемый местным законодательством, но и возможность беспошлинного перевода полученных доходов из одного региона (страны) в другой, условия получения налогового кредита, заключения налоговых соглашений и т.д.

Третий этап налогового планирования является основным, так как здесь изучаются возможности максимально полного и правильного использования налоговых льгот, снижения налоговых платежей по результатам текущей деятельности налогоплательщика. При этом на сокращение налоговых обязательств оказывают влияние не только перечисленные факторы (первый и второй этапы), но и такие, как выгодное заключение с налоговой точки зрения сделки, привлечение финансовых и трудовых ресурсов, кругооборот основных и оборотных средств, ускоренная амортизация, хорошее знание налогового законодательства и др.

Актуальным для налогового менеджмента на предприятии И.П. Монгуш Н.Д. является выбор режима налогообложения. Этот аспект можно рассмотреть на 3 налоговых режимах, по которым предприятия могут строить свою деятельность: упрощённая система налогообложения; общий режим налогообложения, единый налог на вмененный доход.

С 2013 года И.П. Монгуш Н.Д. использует упрощенную систему ведения бухгалтерского учета и налогообложения, выбрав в качестве объекта единого налога «доходы минус расходы».

И.П. Монгуш Н.Д. осуществляет розничную торговлю с площадью торгового зала 250 м<sup>2</sup>, что не дает возможности применения режима упла-

ты единого налога на вмененный доход.

Однако для предприятия возможен выбор между общим режимом налогообложения и упрощенной системой.

И.П. Монгуш Н.Д. с 1 января 2013 года перешло на упрощенную систему налогообложения, что позволило существенно сэкономить на налоговых платежах.

Так, И.П. Монгуш Н.Д. при обычном режиме налогообложения заплатило бы налог на доходы физических лиц по ставке 13% с разницы между доходами и расходами, используя же упрощенную систему налогообложения, оно платит 15 % с этой базы.

Проведем сравнительный анализ выбора системы налогообложения.  
Исходные данные:

Доход – 6556800руб.;

Расход (без учета ЕСН) – 5823516руб.;

Зарплата – 255600руб.;

ЕСН – 35784руб.;

Прибыль – 697500руб.

Сумма уплаченного И.П. Монгуш Н.Д. единого налога за 2015 год составила 104,600 руб. Сумма уплаченного ЕСН составила 35784 руб.

При уплате налога на доходы физических лиц сумма платежа составила бы:  
(Доходы – (расходы (без страховых взносов) + страховые взносы)) \* 13%  
Страховые взносы = Фонд оплаты труда \* 26% = 255600 \* 26% = 66456 руб.

Налог на доходы физических лиц:  
(Доходы – (расходы (без страховых взносов) + страховые взносы)) \* 13% =  
(6556800 – (5,823,516 + 66456)) \* 13% = 86688 руб.

Общая сумма платежей при применении УСН:  
Единый налог + страховые взносы = 35784 + 104600 = 140384 руб.

Сумма платежей при общем режиме налогообложения:  
НДФЛ + страховые взносы = 86,688 + 66,456 = 153,144 руб.

Сумма разницы налоговых платежей:

153,144 – 140,348 = 12,796руб.

Помимо указанных платежей, при общем режиме налогообложения И.П. Монгуш Н.Д. являлось бы плательщиком НДС (18% с оборота), что увеличило бы налоговые платежи.

Таким образом, в связи с экономией на налоговых платежах у предприятия появились дополнительные возможности.

Кроме того, минимизация налогового платежа И.П. Монгуш Н.Д. при уплате единого налога заключается и в выборе объекта налогообложения: для розничного предприятия выгодным может быть выбор в качестве объекта единого налога только разница между доходами и расходами, поскольку расходы занимают около 80% в выручке.

Таблица 3.3.

Расчет суммы налога при налоговой ставке в размере 6 процентов на примере И.П. Монгуш Н.Д. за 2013-2015г. (тыс. руб.)

| № п/п | Показатели | 2013 год | 2014 год | 2015 год |
|-------|------------|----------|----------|----------|
|       | 1          | 2        | 3        | 4        |
| 1     | Доходы     | 2081,9   | 4223,2   | 6556,8   |
| 2     | Налог (6%) | 124,9    | 253,4    | 393,4    |

В случае если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговая ставка устанавливается в размере 15 процентов.

Таблица 3.4.

Расчет суммы налога при налоговой ставке в размере 15 процентов на примере ИП Монгуш Н.Д. за 2013-2015г (тыс. руб.)

| № п/п | Показатели           | 2013 год | 2014 год | 2015 год |
|-------|----------------------|----------|----------|----------|
|       | 1                    | 2        | 3        | 4        |
| 1     | Доходы               | 2081,9   | 4223,2   | 6556,8   |
| 2     | Расходы              | 1923,5   | 3930,6   | 5859,3   |
| 3     | Налогооблагаемая ба- | 168,8    | 292,6    | 697,5    |

|   |             |      |      |       |
|---|-------------|------|------|-------|
|   | за          |      |      |       |
| 4 | Налог (15%) | 23,8 | 43,9 | 104,6 |

Эффект от применения УСН позволил предприятию выявить дополнительные экономические возможности. Таким образом, можно выделить основные преимущества при переходе на упрощенный режим: бухгалтерский учёт имеет упрощенный вариант, имеется закрытый перечень уплачиваемых и неоплачиваемых налогов, снижение налогового бремени благодаря сужению налоговой базы и уменьшению налоговых ставок, большинство налогов заменяется единым налоговым платежом.

В связи с экономией на налоговых платежах у предприятия появились дополнительные возможности.

В связи с существенным изменением налоговых ставок в 2015 году по уплате страховых взносов на социальное обеспечение работников Индивидуальному предпринимателю Монгуш Н.Д. возможно предстоит пересмотреть выбор системы налогообложения.

Основным документом, определяющим порядок расчета и уплаты страховых взносов в фонды социального, медицинского и пенсионного страхования, а также порядок предоставления отчетности является Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования». 2013-2015 годы являются переходными и для отдельных категорий налогоплательщиков в этот период применяются пониженные тарифы страховых взносов.

Ставки страховых взносов для налогоплательщиков применяемые в 2015 году приведены в таблице 3.5.

Для предпринимателей, применяющих как общую систему налогообложения, так и упрощенную систему налогообложения налоговая нагрузка (сумма всех страховых взносов) составляет 34%. То есть, если зарплата ра-

ботника индивидуального предпринимателя Монгуш Н.Д составляет 7100 руб., предприниматель должен заплатить:

- 6177 руб. – зарплата сотруднику на руки;
- 923 руб. – налог на доходы физических лиц;
- 1846 руб. – пенсионный фонд;
- 220,01 руб. – ФФОМС;
- 142 руб. – ТФОМС;
- 205,9 руб. – ФСС.

Таблица 3.5.

#### Ставки страховых взносов

| Режим<br>налог | Пенсионный фонд                             |                                          |                          | Фонд медицинско-<br>го страхования |       | Фонд со-<br>циально-<br>го стра-<br>хования |
|----------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------|-------|---------------------------------------------|
|                | Для лиц 1966<br>года рожде-<br>ния и старше | Для лиц 1967 года рож-<br>дения и моложе |                          | ФФОМС                              | ТФОМС |                                             |
|                | Страховая<br>часть                          | Страховая<br>часть                       | Накопитель-<br>ный часть |                                    |       |                                             |
| 1              | 2                                           | 3                                        | 4                        | 5                                  | 6     | 7                                           |
| Общий<br>режим | 26                                          | 20                                       | 6                        | 3,1                                | 3,1   | 2,9                                         |
| УСН            | 26                                          | 20                                       | 6                        | 3,1                                | 3,1   | 2,9                                         |

Итого сумма всех страховых взносов (без учета НДФЛ) составит 2414 руб.

С 2015 года произошло очень серьезное увеличение налоговой нагрузки, т.к. в 2014 году эта нагрузка составляла только 14%.

В связи с тем, что разницы по уплате страховых взносов при применении УСН и обычного режима налогообложения в 2015 году нет, то следует оценить вариант перехода на обычный режим.

Четвертый этап налогового планирования - рациональное с налоговой точки зрения размещение финансовых средств и активов предпринимателя. Целью налоговой оптимизации должна быть не минимизация налоговых платежей, а улучшение значений показателей финансовых результатов дея-

тельности предпринимателя.

В И.П. Монгуш Н.Д. рациональное управление затратами является частью налогового планирования.

Например, в состав затрат И.П. Монгуш Н.Д. включены проценты за пользование кредитом в пределах норм, т.е. суммы процентов свыше установленного предела будут облагаться единым налогом.

Таким образом, И.П. Монгуш Н.Д. необходимо учитывать, что выгодно осуществлять только те расходы, которые уменьшают налогооблагаемую базу.

Таким образом, планирование налоговых платежей-немаловажный аспект в управлении доходами И.П. Монгуш Н.Д.

Реализация комплекса мероприятий, предложенных в третьей главе настоящей работы, позволила бы индивидуальному предпринимателю Монгуш Н.Д. повысить эффективность предпринимательской деятельности.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

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

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

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

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

В первой главе работы рассмотрены режимы налогообложения, таким образом, применение специальных режимов налогообложения позволяет существенно повысить доходы от индивидуальной предпринимательской деятельности.

Подводя итоги исследования в первой главе работы, следует отметить, что индивидуальный предприниматель имеет возможности более гибкого управления доходами, что связано с его полной самостоятельностью при распределении прибыли, экономит на ведении бухгалтерского учета, более низкими ставками по налогообложению по сравнению с юридическими лицами.

Во второй главе работы произведен анализ доходов от индивидуальной предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя Монгуш Наили Дандар-ооловны. Проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности, а также разработан комплекс мероприятий по увеличению доходов хозяйствующего субъекта.

Показатели прибыли и рентабельности предпринимателя неуклонно растут. Прибыль в 2013 году составила 158,400 руб. Несмотря на то, что рентабельность продаж в 2014г (6,9%), в сравнении с 2013г (7,6%), оказалась немного меньше, это не помешало предпринимателю получить прибыль почти в два раза больше (292,6 тыс. руб.). Так прибыль в 2015 году составила 697,500 руб., что по сравнению с 2013 и 2014 гг. возросла на 539,100 и 404,900 руб. соответственно. Итоговые финансовые результаты

деятельности индивидуального предпринимателя растут с каждым годом, что объясняется улучшением его ассортиментной политики, политики управления ценами и повышением эффективности материально-технической базы.

Итоги проведенного анализа цен конкурирующих фирм и индивидуального предпринимателя Монгуш Н.Д. наглядно говорят о том, что на исследуемом предприятии сложился средний уровень цен в системе продаж бытовой химии, и оно прочно занимает свою нишу на данном рынке. В третьей главе работы разработан комплекс мероприятий, направленных на увеличение доходов И.П. Монгуш Н.Д. Предлагается следующее:

1. Сдача в аренду неиспользуемой площади склада;
2. Проведение рекламной кампании;
3. Открытие дополнительного демонстрационного и торгового залов;
4. Разработка гибкой системы скидок;
5. Использование схем налогового планирования с целью оптимизации налоговых платежей.

Разработанный комплекс мероприятий, предложенных в третьей главе настоящей работы, позволит индивидуальному предпринимателю Монгуш Наили Дандар-ооловны повысить эффективность предпринимательской деятельности.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 1) от 30.11.1994 №51 ФЗ
2. Комментарий к части второй Налогового кодекса РФ. / Под ред. д-ра юр. наук, профессора Ялбулганова А.А. / СПС Гарант, 2008. - 435 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 1) от 31.07.1998 №146-ФЗ (с последними изменениями и дополнениями)
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 1) от 05.08.2000 №117-ФЗ (с последними изменениями и дополнениями)
5. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету “Доходы организации” (ПБУ 9/99)” Приказ Министерства Финансов Российской Федерации от 06.05.99 №32н
6. Абчук В.А. Курс предпринимательства. СПб: Альфа, 2008. - 452 с.
7. Бабаев Ю.И. Учет затрат на производство и калькулированные себестоимости продукции. М.: ЮРАИТ, 2009. - 432 с.
8. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 338 с.
9. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? – М.: Финансы и статистика, 2007. - 444 с.
10. Борисов Г.П. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: ЮНИТИ, 2007. - 424 с.
11. Голубев М.Л. Отношение к планированию изменилось // Финансы. - 2006.-№6.-8.

12. Голубовская В.В. Пошаговая инструкция для прибыли // Учет. Налоги. Право. -2010.-№29.-С.19 - 21.
13. Гончаров, В. И. Менеджмент: учебное пособие / В. И. Гончаров. – Минск: Современная школа, 2010. – 635 с.
14. Гребнев А.И. Экономика торгового предприятия. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 200 с.
15. Гуськов, Ю.В. Стратегический менеджмент: учебник / Ю.В. Гуськов. - М.: Альфа-М, 2011. - 192 с.
16. Дергая Д.И. Анализ производственно-хозяйственной деятельности промышленных предприятий. - М.; Статистика, 2007. - 332 с.
17. Долгов С.И., Бартенев С.А., Беликова А.В. Финансы, деньги, кредит: Учебник. - М.: Юристъ, 2006. – 784 с.
18. Ефимова О.В. Анализ финансовой устойчивости предприятия // Бухгалтерский учет. – 2009.-№9. – С. 19-20.
19. Ефимова О.В. Как анализировать финансовое положение предприятия. М.: Бизнес-школа, 2008. – 267 с.
20. Зайцев М.Г. Методы оптимизации управления для менеджеров: Компьютерно - ориентированный подход: Учеб, пособие. - М.: Дело, 2007. - 304 с.
21. Илинзер Д.И. Анализ хозяйственной деятельности. – 5-е изд. Доп. и перераб. - Минск: Новое знание, 2008. - 687 с.
22. Ильенкова С.Д., Ильенкова Н.Д. Факторный анализ финансовых показателей фирмы // Бухгалтерский учет. - 2006. – С. 56
23. Казначевская, Г. Б. Менеджмент: учебник / Г. Б. Казначевская. – Ростов-н-Дону: Феникс, 2012. – 452 с.
24. Канушина И.А. Стратегическое управление прибылью // Современный бухучет. - 2009.- №6.- С.5-7 с.
25. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Анализ отчетности. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 436 с.
26. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. М.:

Новое знание, 2007. - 100 с.

27. Кудрявцев А.А. Анализ хозяйственной деятельности – Новосибирск: Спектр, 2007. - 100 с.
28. Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. - М.: ИКЦ ДиС, 2005. - 453 с.
29. Маркарьян Э.А., Маркарьян С.Э., Герасименко В.И. Управленческий анализ в отраслях. - М.: МАРТ, 2007. - 320 с.
30. Морозова Т.В. Методы оценки имущества предприятий // Бухгалтерский учет. - 2009. - №3.- С. 50-51.
31. Никитина С. Использование чистой прибыли организации // Финансовая газета. - 2010.- №12.- С. 17-27.
32. Осипова Ю.М. Основы предпринимательского дела // Финансы. - №2 – 2009.- С. 31-33.
33. Романовский М.Н. – Финансы предприятий. - М.: Ось, 2004. - 109 с.
34. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности промышленного предприятия. - Минск: ИСЗ, 2005. – 342 с.
35. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности. - Мн.: Новое знание. - 2009. - 688 с.
36. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика. М.: ЮНИТИ, 2003. - 447 с.
37. Теория Экономического анализа. / Под ред. Баканова М.И., Шеремета А.Д. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 452 с.
38. Тупицын А.Л. Финансовый бизнес-план малого предприятия: Учебное пособие. - Новосибирск: Спектр, 2007. - 306 с.
39. Уткина С.А. Комментарии к Положениям по бухгалтерскому учету. М.: ЗАО Юстицинформ, 2008. - 654 с.
40. Финансовое право: Учебник / Отв. ред. Н.И. Химичева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юристъ, 2008.- 600 с.
41. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. - М.: Дело ЛТД, 2005. - 864 с.

42. Филимонова Е.М. Куда направить чистую прибыль организации – решать собственникам // Главная книга. - 2006.- №8.- С. 14.

43. Филимонова Е.М. Куда направить чистую прибыль организации - решать собственникам // Главная книга. - 2006. - № 8. - С. 14.

44. [www.audit-it.ru](http://www.audit-it.ru)

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### Расчет рентабельности продаж за 2013- 2015г

Расчет произведем по формулам:

$$Ko = \frac{Po}{No}$$

(2.1)

$$Ki = \frac{Pi}{Ni}$$

(2.2)

Или

$$Ko = \frac{(No - So)}{No}$$

(2.3)

$$Ki = \frac{(Ni - Si)}{Ni}$$

(2.4)

$$AK = Ki - Ko$$

(2.5)

где: **Pi, Po** - прибыль от реализации отчетного и базисного периода;

**Si, So** - себестоимость;

**Ni, No** - выручка от реализации;

По предприятию имеем следующие данные:

**Si** - 4490 тыс. руб.

**So** - 3048,6 тыс. руб. исследуемому

**Ni** - 6556,8 тыс. руб. **No** - 4223,2 тыс. руб.

Подставим данные в формулы (2.1), (2.2) и (2.3):

$$Ko = 292,6 / 4223,2 = 0,069 = 6,9\%$$

$$Ki = 697,5 / 6556,8 = 0,106 = 10,6\%$$

$$AK = 10,6 - 6,9 = 3,7\%$$

Влияние фактора изменения цены на рентабельность продаж определяется расчетом:

$$AKN = \frac{(Ni - So)}{Ni} - \frac{(No - So)}{No}$$

(2.6)

$$AKN = (6556,8 - 3048,6) / 6556,8 - (4223,2 - 3048,6) / 4223,2 = 0,54 - 0,28 = 0,26$$

т.е. за счет увеличения выручки от реализации продукции рентабельность продаж увеличилась на 26 %. Соответственно, влияние фактора изменения себестоимости составит:

$$AKs = \frac{(Ni - Si)}{Ni} - \frac{(Ni - So)}{Ni}$$

(2.7)

$$AKS = (6556,8 - 4490) / 6556,8 - (6556,8 - 3048,6) / 6556,8 = 0,32 - 0,54 = - 0,22 \text{ т.е. за счет увеличения себестоимости и затрат на продажу показатель рентабельности сократился на 22 \%.$$

Сумма факторных отклонений дает общее изменение рентабельности продаж за период:

$$AK = AKN + AKS$$

(2.8)

$$AK = 0,26 - 0,22 = 0,04 = 4\%$$