

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение

высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему Анализ прибыли предприятия

Исполнитель Шагеева Татьяна Данияровна
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель профессор
(ученая степень, ученое звание)
Курочкина Анна Александровна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой


(подпись)

Доктор экономических наук, профессор
Курочкина Анна Александровна
(фамилия, имя, отчество)

«1» июль 2021 г.

Санкт-Петербург
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты анализа прибыли	6
1.1 Прибыль предприятия: сущность, функции, виды прибыли, основные показатели	6
1.2 Направления и резервы роста прибыли: российский и зарубежный опыт	20
Глава 2. Анализ прибыли ООО «АВТО ОЙЛ»	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «АВТО ОЙЛ»	28
2.2 Анализ прибыли и рентабельности ООО «АВТО ОЙЛ»	39
Глава 3. Мероприятия по оптимизации прибыли и повышения рентабельности деятельности ООО «АВТО ОЙЛ»	56
3.1 Направления оптимизации прибыли ООО «АВТО ОЙЛ» и их экономическое обоснование	56
Заключение	68
Список используемых источников	71
Приложения	76

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы заключается в том, что при развитии рыночных отношений ориентация предприятий на прибыль и поиск резервов для ее роста являются обязательным условием их успешной коммерческой деятельности, критерием выбора лучших направлений и методов этой деятельности. Наличие и рост прибыли являются основным источником формирования финансовых ресурсов предприятия, обеспечивающих его развитие на основе активизации инновационной и инвестиционной деятельности и повышения конкурентоспособности товаров и услуг.

Проблемам управления финансовой деятельностью компании посвящены публикации отечественных и зарубежных ученых. Различным аспектам прибыли посвящены работы: И. Ансоффа и М. Портера, О.С. Виханского, К. Бернара, Ю. Бриггема, Л. Гапенски, Г.В. Савицкой, О.В. Ефимовой, М.В. Мельник, В.В. Ковалева, А.Д. Шереметаи др.

Целью работы является анализ формирования прибыли организации, разработка и обоснование рекомендаций по совершенствованию управления ею.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить ряд **задач**:

- рассмотреть теоретические аспекты анализа прибыли, направления и резервы ее роста;
- исследовать организационно-экономическую характеристику ООО «АВТО ОЙЛ»;
- проанализировать прибыль и рентабельность на примере ООО «АВТО ОЙЛ»;
- разработать мероприятия по оптимизации прибыли и повышения рентабельности деятельности ООО «АВТО ОЙЛ».

Объектом исследования является ООО «АВТО ОЙЛ».

Предметом исследования является анализ прибыли ООО «АВТО ОЙЛ».

При написании работы в качестве источников литературы были использованы учебные пособия и монографии по экономике и финансам организации, финансовому менеджменту и экономическому анализу: Теоретической основой для написания работы послужили Федеральные законы РФ, Положения по бухгалтерскому учету, труды: И.М. Алексеева, Т.А. Асаева, А.В. Баскова, П.В. Герасименко, Д.В. Гудович, А.Г. Ефименко, Л.В. Толкачева и других авторов, а также интернет–ресурсы.

Источниками информации послужили финансовая отчетность ООО «АВТО ОЙЛ», регистры бухгалтерского учета, первичные документы за 2019-2020 гг.

Методы исследования: анализ научной и учебной литературы, системный анализ и синтез, финансово-экономический и сравнительный анализы.

Практическая значимость исследования заключается в разработке конкретных мероприятий по совершенствованию управления издержками в организации с целью улучшения финансовых результатов деятельности, которые могут быть использованы руководством организации для решения поставленных задач.

Апробация бакалаврской работы. Руководитель предприятия ознакомился с полученными результатами и им были вынесены соответствующие выводы, в ходе которых были произведены изменения в соответствии с разработанными предложениями.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ

1.1 Прибыль предприятия: сущность, функции, виды прибыли, основные показатели

Определение прибыли является основополагающим, поскольку в условиях неопределенности прибыль является значимым и главным результатом деятельности любой организации. Ведущая роль прибыли заключается в том, что они обеспечивают укрепление бюджета государства, способствуют инвестиционной привлекательности, деловой активности организации во всех сферах. Именно прибыль является главной составляющей связи всех участников производственного процесса, итоговым результатом функционирования производства в целом [18, с.23].

В свое время К. Маркс предположил [25, с. 49], что прибыль представляет собой измененную прибавочную стоимость, источником которой является эксплуатация, неоплачиваемый прибавочный труд работников. Д. Рикардо [25, с. 50] рассматривал прибыль как дополнительную стоимость, полученную путем вычета затрат на оплату труда из стоимости товаров. В настоящее время прибыль трактуется экономистами немного иначе. Экономист Д.Н. Павлова предлагает два определения прибыли (рисунок 1).

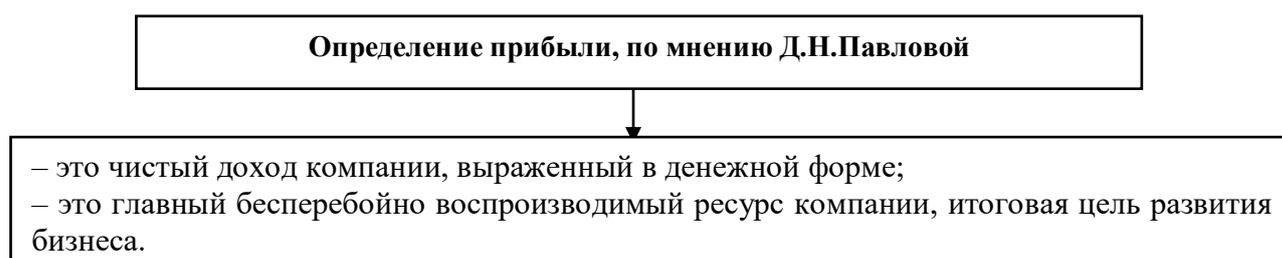


Рисунок 1 – Определение прибыли, по мнению Д.Н. Павлова [35, с. 9]

Экономист Я.Н. Калмыкова считает, что прибыль – это некая часть дохода компании, остающаяся у компании, уменьшаемая по всем обязательным расходам. Другими словами, это сумма выручки от реализации продукции, работ, услуг, основных фондов, иного имущества и доходов [24, с.243]. О.В.

Ефимова прибылью считает финансовый результат компании, отмечая, что «конечным результатом является тот, на который имеют право распоряжаться только владельцы» [17, с.17].

Британский ученый–экономист Дж. Р. Хикс объясняет это определение, принимая во внимание прибыль в экономике как излишек дохода от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и продажу. Это определение является основой у современных экономистов. Согласно профессору Г.Б. Поляку, за счет прибыли оценивается экономическая эффективность, а непосредственно прибыль – это основной источник экономического и социального развития [36, с.47]. Среди ученых-экономистов также встречаются схожие определения прибыли. Так, О.А.Горленко описывает прибыль как конечный финансовый результат бизнеса компании – разницу между ценой продуктов и их стоимостью [13]. Таким образом, учитывая мнения представленных авторов, в настоящем исследовании прибыль предприятия будет пониматься как сводная мера финансовых результатов компании, представляющая разницу между доходами, полученными от коммерческой деятельности, и расходами, понесенными в связи с ее реализацией. Прибыль и взаимосвязанные с ней показатели можно количественно оценить, она является инструментом, который использует управленец для контроля хозяйственной деятельности организации, а их отклонения, обнаруженные в процессе экономического анализа, обуславливают необходимость поиска внутренних и внешних факторов влияния на полученные результаты.

Сущность прибыли можно представить на рисунке 2.

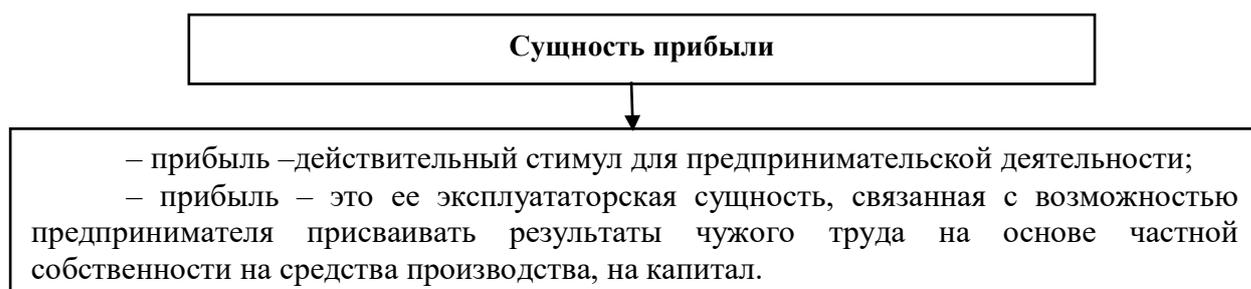


Рисунок 2 – Сущность прибыли [24, с. 245]

Экономический смысл прибыли заключается в том, что она отображает

конечный финансовый результат, а на ее величину и динамику оказывают влияние факторы, изменить которые организация не всегда может[5, с. 35]. Прибыль компании выполняет функции, которые представлены на рисунке 3.

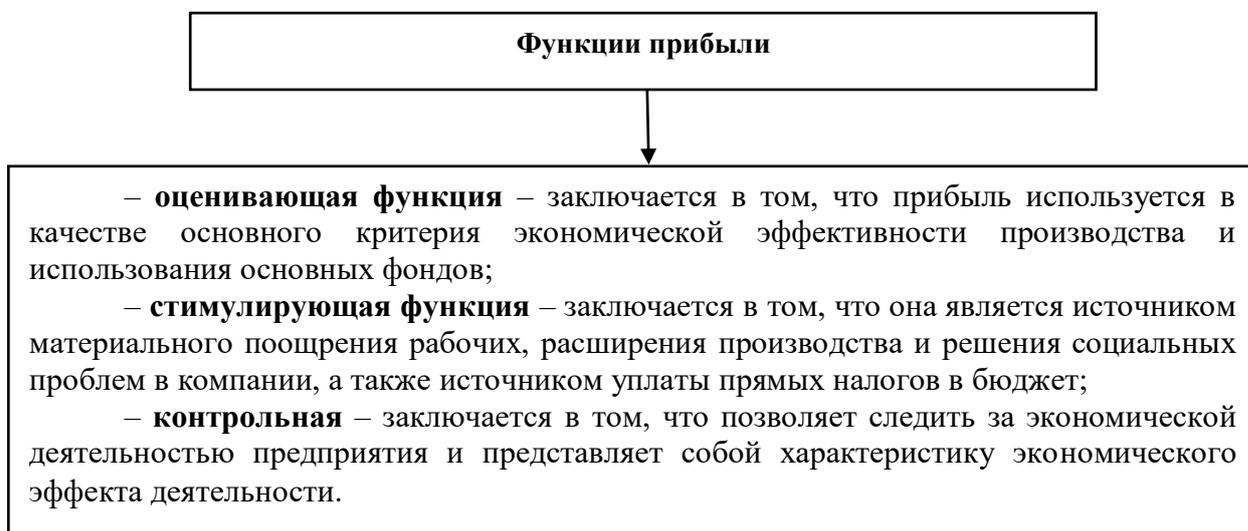


Рисунок 3 – Функции прибыли[24, с. 246]

Определение прибыли как финансового результата деятельности выражает конкретную форму экономических отношений, касающихся создания, распределения и использования в денежной форме части прибавочной стоимости продукта, возникшей на определенной стадии развития общества в данной экономической системе и реализованной посредством созданного в ней экономического механизма.

Экономический смысл прибыли – это сводная мера финансовых результатов компании, представляющая разницу между доходами, полученными от коммерческой деятельности, и расходами, понесенными в связи с ее реализацией. Основной задачей организации является увеличение прибыли за счет повышения эффективности компании. Формирование показателей прибыли основывается на отчете о финансовых результатах. Источники формирования прибыли можно разделить на 3 главных составляющих (рисунок 4)

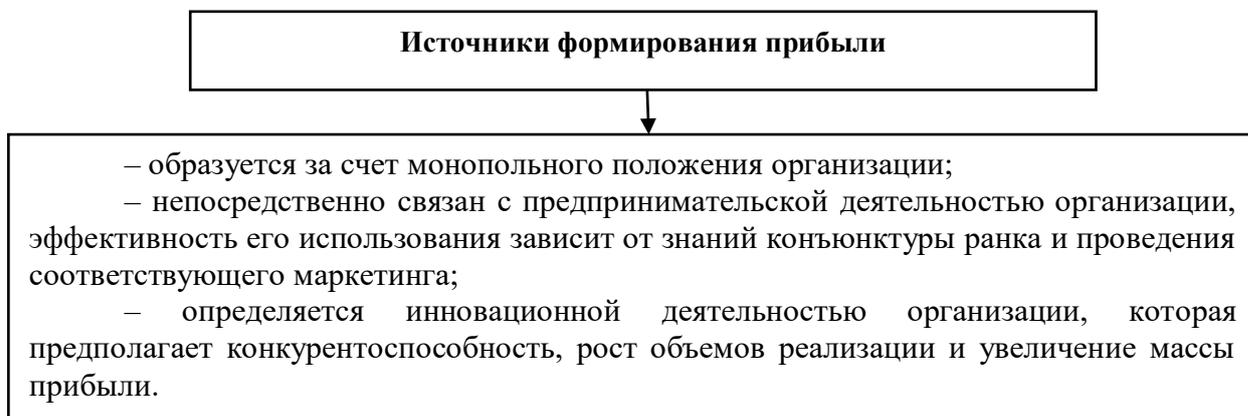


Рисунок 4 – Источники формирования прибыли [31, с.50]

Формирование показателей прибыли основывается на отчете о финансовых результатах. Данный отчет формируется на основании цифровых технологий, которые в свою очередь являются технологиями по сбору, хранению, обработке, передаче и представления данных в электронном виде. Виды цифровых технологий представлены на рисунке 5.

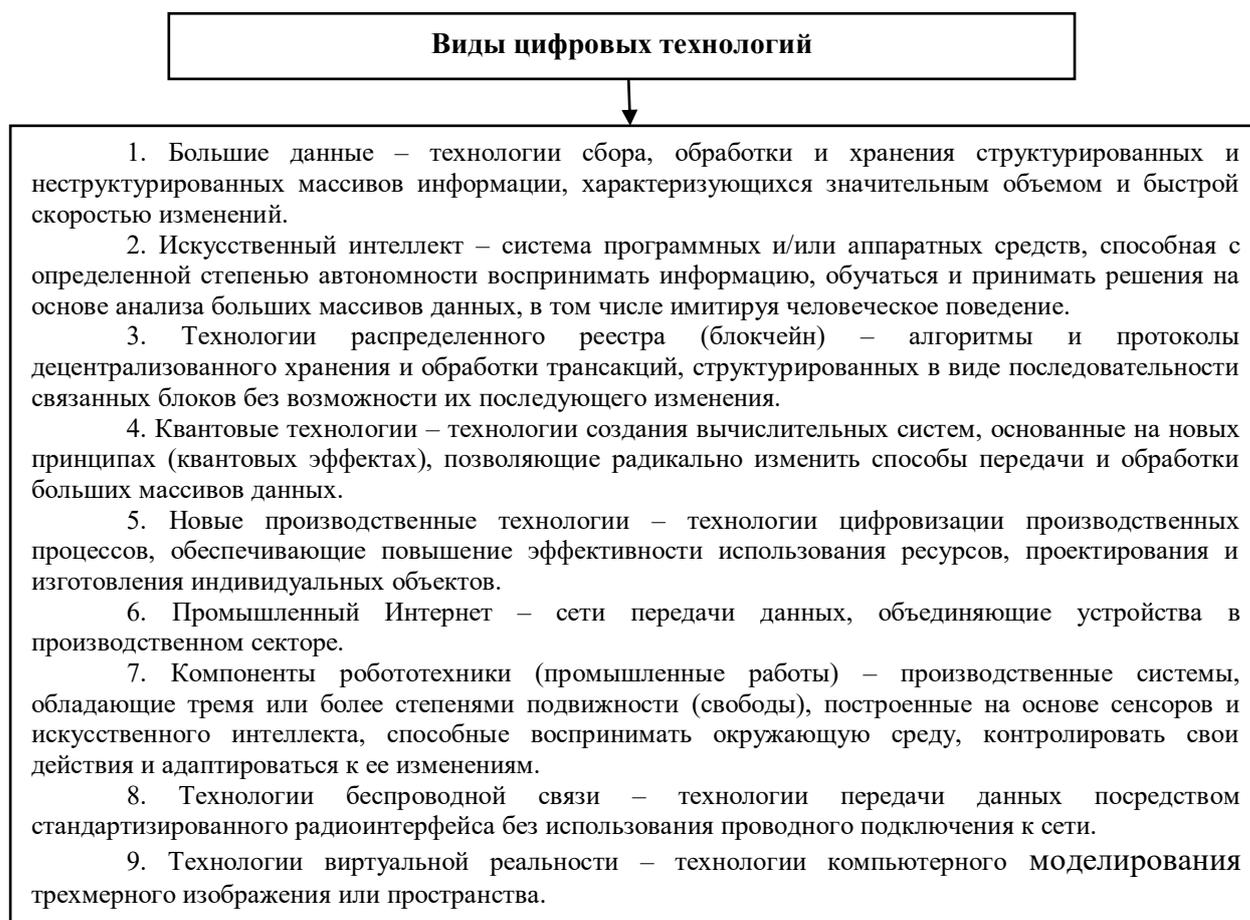


Рисунок 5 – Виды цифровых технологий [23]

В отчете о финансовых результатах описываются результаты за отчетный период, то есть организация, сравнивая затраты и выручку, показывает, как она получила прибыль (убыток) [11, с. 123].

Общая схема формирования финансового результата организации и его использования представлена на рисунке 6.

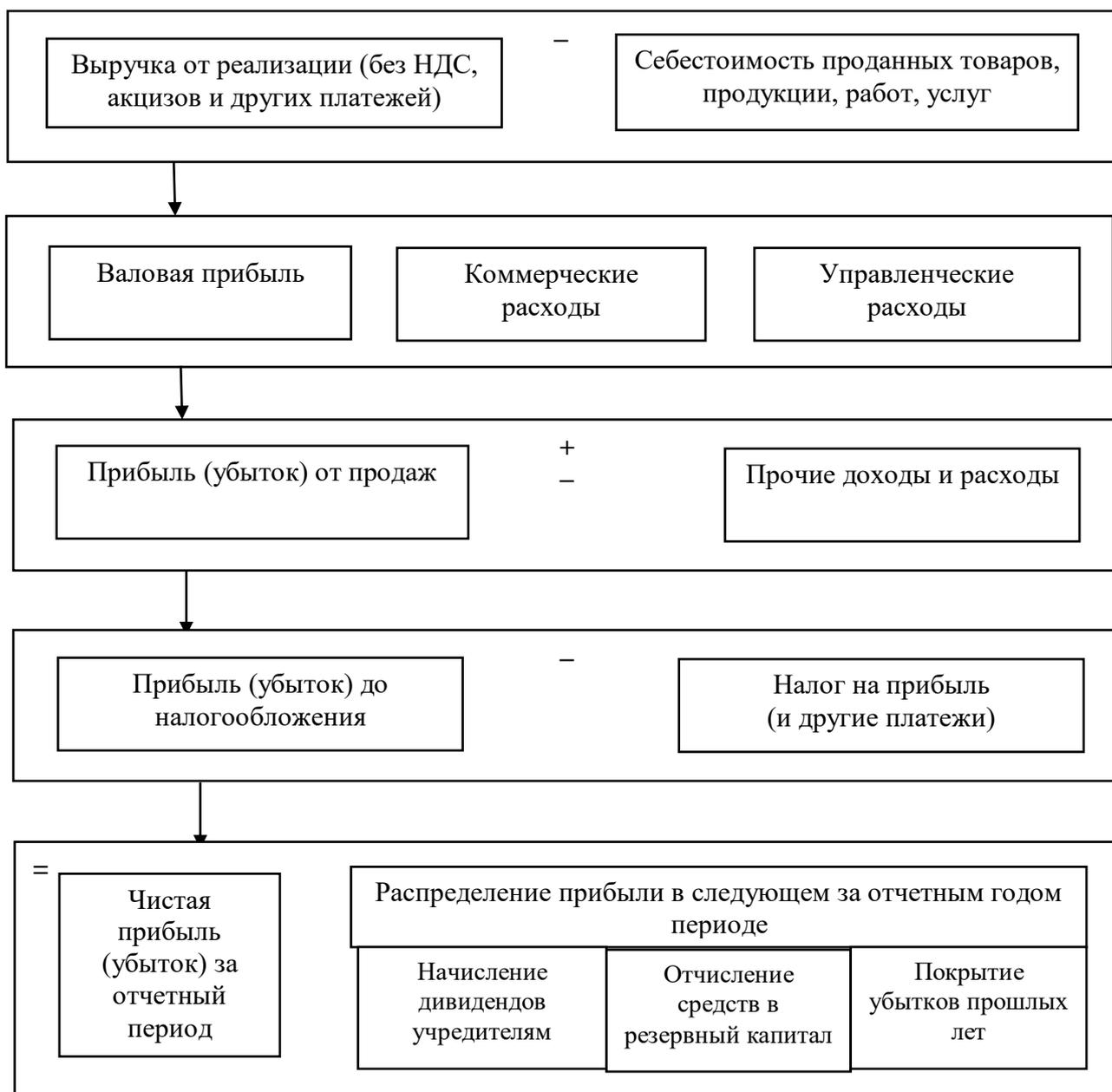


Рисунок 6 – Модель уровня формирования финансового результата [14, с. 245]

Из рисунка 6 видно, что при формировании финансового результата

любая организация получает различные варианты прибыли. Валовая прибыль - это прибыль, полученная от основной деятельности, указанной в уставе компании, которая составляет финансовый результат.

Валовую прибыль можно получить, рассчитав разницу между выручкой от реализации товаров и стоимостью затраченных ресурсов. Прибыль/убыток от продаж – это разность между валовой прибылью и коммерческими расходами или управленческими расходами компании. Управленческие расходы связаны с содержанием управленческого персонала, а коммерческие расходы связаны затратами по реализации продукции. К прибыли от продаж добавляются прочие доходы и проценты к получению за минусом всех прочих расходов и процентов к уплате представляют собой прибыль до налогообложения.

После уплаты всех необходимых налогов компания получает чистую прибыль. Руководством организации чистая прибыль может распределяется по ее назначению: либо на начисление дивидендов учредителям, либо на цели накопления или потребления, либо на покрытие убытков прошлых лет.

Значения видов прибыли представлены на рисунке 7.

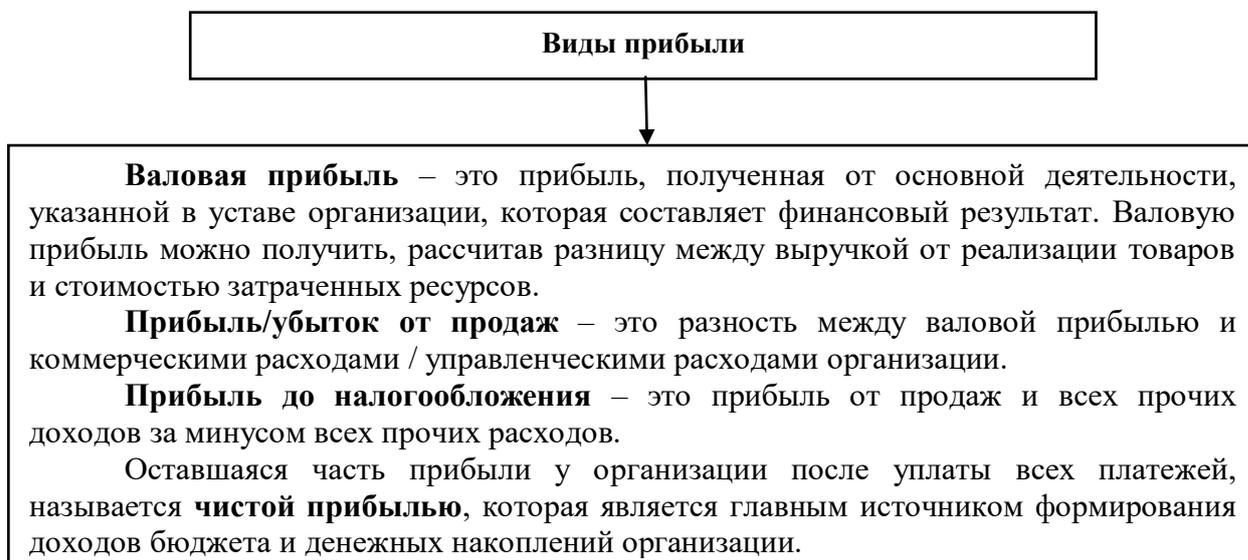


Рисунок 7 – Виды прибыли [6, с. 130]

Важность анализа прибыли прослеживается на всех этапах управленческого процесса и в разрезе всех функций управления, ведь

экономический анализ является инструментом выявления резервов организации и оценки потенциала, а также предпосылкой разработки рационально обоснованных планов деятельности. Вопрос анализа прибыли широко затрагивается в литературных источниках, связанных с организационными и методическими аспектами, оценкой преимуществ и недостатков существующих методик, выявлением особенностей данной аналитической работы и исследованием отраслевых особенностей, а также осуществления анализа результатов деятельности.

Результативность анализа в целом и финансовых результатов в частности, по мнению Г.В. Савицкой, должна отвечать ряду требований: «научный характер анализа, аналитическое исследование должно быть эффективным, унификация аналитической работы, обоснованное распределение обязанностей из проведения анализа» [38, с. 200]. Эффективность функционирования организации обеспечивается путем принятия взвешенных управленческих решений в сфере использования финансово-экономических ресурсов.

Анализ прибыли является важным инструментом систематического изучения основных экономических показателей хозяйственной деятельности организации, позитивных и негативных влияний бизнес-среды на их изменение, средством обоснования решений на всех этапах предпринимательской деятельности: от замыслов и формирования организации к реализации каждого этапа его функционирования. Трансформационные процессы в экономике предоставляют новое содержание экономическому анализу, расширяют спектр средств и приемов обработки экономической информации. Результатом этих процессов становится совершенствование подходов к организации экономического анализа и методических принципов его осуществления.

Строится анализ прибыли на четко определенных этапах его осуществления с целью получения эффективных результатов в части затрат времени, материальных и трудовых ресурсов и выявления путей оптимизации отдельных хозяйственных операций на исследуемом субъекте ведения

хозяйства, рисунок 8.



Рисунок 8 – Этапы анализа прибыли [12, с. 102]

Прибыль является основным источником обеспечения устойчивости организации и характеристикой его хозяйственного положения, а также основным направлением реализации принципа рыночной экономики личного интереса. Реализация личного интереса владельцев предприятия удовлетворяет потребности общества, формируя предложение товаров, услуг. Данные анализа прибыли используются не только внутренними пользователями, но и являются ключевыми для принятия контрагентами, инвесторами, кредиторами и другими субъектами управленческих решений, принимая во внимание то, что именно этот показатель является обобщающей характеристикой деятельности организации.

Необходимость анализа прибыли обусловлена собственной потребностью организации в части его экономического развития, ведь именно позитивный финансовый результат является источником для расширения производственных мощностей и масштабов деятельности выхода, а новые рынки сбыта, расширения материально-технической базы и оптимизации активов субъектов ведения хозяйства, а также источником реализации стратегии развития организации [40, с. 112]. Следует отметить, что в получении позитивного финансового результата заинтересованы не только перечисленные выше

внешние субъекты, но и государство – в части наполнения бюджета налогами, и общество – от величины бюджетных поступлений зависит социально-экономическое благополучие страны в целом.

Осуществление анализа прибыли, как следствие, выявление потенциальных возможностей, обеспечивают использование резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности с целью максимизации прибыли, которая имеет непосредственное влияние на формирование показателя финансовой устойчивости. В свою очередь, финансовая устойчивость организации является определяющим фактором в привлечении внешних ресурсов для финансирования его деятельности. Эффективность функционирования организации формируется многими экономическими, производственными и техническими показателями, а также показателями эффективности управления [15, с. 57]. К ним относятся: уровень технологии, производительность труда, степень рациональности использования сырья, материалов, энергетических ресурсов, уровень менеджмента и т. д.

Применение отмеченных выше показателей в процессе экономического анализа является нецелесообразным в части трудоемкости такого процесса, ведь аналитик должен осуществить не только оценку финансовых результатов организации, но и провести аналитическую работу относительно выявления эффективности формирования и использования финансовых результатов компании – конкурентов. Полноценная, адекватная и информационно-методическая база – необходимое условие проведения качественного анализа финансового состояния. Информационная база анализа финансового состояния – это документы бухгалтерской отчетности, которые включают: «Бухгалтерский баланс» и «Отчет о финансовых результатах» [17, с. 95].

Положительный финансовый результат представляет собой прибыль, которая используется и для расчета других показателей. Например, рентабельности инвестиций, прибыли на акцию и др. В процессе планирования величины прибыли управленческий персонал должен учитывать весь спектр взаимосвязанных с ним показателей, учитывая все возможные ресурсы и

потенциал на достижение поставленных целей [19, с. 43]. Принимая во внимание повышение значения конкуренции в существующей на сегодняшний день экономической системе, финансовый результат является показателем конкурентоспособности на рынке, который характеризует возможность его адаптации к переменчивым условиям и способностью выдержать факторы влияния внешней и внутренней среды.

Затраты на производство услуг могут возрастать или снижаться в зависимости от объема потребляемых трудовых и материальных ресурсов, уровня техники, организации производства и других факторов. Вопрос о том, как использовать чистую прибыль, очень важен и включает в себя расчеты для определения ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости. Информационной основой для анализа финансового положения являются данные бухгалтерского баланса. Ликвидность характеризует краткосрочную платежеспособность организации и определяется системой показателей, отражающих способность компании своевременно и в полном объеме выполнять свои обязательства.

«Ликвидность активов – это способность активов конвертироваться в наличные деньги, а степень ликвидности определяется продолжительностью времени, в течение которого это преобразование может иметь место. Чем короче период трансформации, тем выше ликвидность активов» [22, с. 334]. Уровень ликвидности баланса определяется путем сравнения активов и пассивов, сгруппированных по степени ликвидности по срочности их выплаты (погашения долгов). В зависимости от уровня ликвидности группы активов попадают в разные группы риска: А1 – составляют активы минимальной группы риска, А2 – незначительной, А3 – средней, А4 – высокой группы риска.

Оценка ликвидности выражается в степени покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Анализ платежеспособности организации выполняют на основе характеристики ликвидности его баланса (таблица 1).

Таблица 1 – Таблица ликвидности[12, с. 43]

Высокая	Высокая
Наиболее ликвидные активы – А1	Наиболее срочные обязательства – П1
Быстрореализуемые активы – А2	Краткосрочные пассивы – П2
Медленнореализуемые активы – А3	Долгосрочные пассивы – П3
Труднореализуемые активы – А4	Постоянные пассивы – П4
Низкая	Низкая

Условие ликвидности баланса отражены в формуле 1 (наименования значений в формулах ниже представлены в таблице 1):

$$A1 > P1; A2 > P1; A3 > P3; A4 < P4, (1)$$

Текущая платежеспособность организации определяется путем сравнения двух групп - наиболее ликвидных и наиболее быстро реализуемых активов и наиболее срочных и краткосрочных обязательств (формула 2).

$$A1 + A2 \geq P1 + P2, (2)$$

Если данное условие текущей платежеспособности выполняется, то можно считать нормальную ликвидность, иначе речь идет о неплатежеспособности организации. Перспективная платежеспособность отражается в зависимости от состояния по формуле 3.

$$A3 \geq P3, (3)$$

Перспективная платежеспособность позволяет спрогнозировать платежеспособность, в основе которой лежат будущие поступления и платежи. Для более детального анализа платежеспособности предприятия рассчитываются финансовые коэффициенты платежеспособности (таблица 2)[12, с.47].

Таблица 2 – Коэффициенты, характеризующие платежеспособность

Наименование показателя	Способ расчета	Норма	Пояснения
Коэффициент абсолютной ликвидности	$K_{абс} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	$>0,1$	Показывает, какую часть краткосрочной задолженности компания погашает немедленно.

Коэффициент промежуточной оценки»	$\text{Кл} = (\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Дебиторская задолженность}) / \text{Краткосрочные обязательства}$	Допустимое $0,7 \cdot 0,8, \text{ж}$ елательное $\text{е} > 1,5$	Показывает, какая часть краткосрочных обязательств компании может быть немедленно погашена за счет средств на различных счетах, в ценных бумагах, а также поступлений по расчетам
Коэффициент текущей ликвидности	$\text{Кл} = \text{Оборотные активы} / \text{Краткосрочные обязательства}$	$> 2,0$	Показывает, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчетам можно погасить, мобилизовав все оборотные средства

Платежеспособность является более широким понятием, по сравнению с ликвидностью. Платежеспособность – это наличие возможности у организации к полному исполнению своих обязательств по платежам, присутствие у него финансовых средств в необходимом и достаточном объеме. Ликвидность – это легкость реализации, продаж, преобразовании имущества в деньги. Платежеспособность и ликвидность организации определяют, главным образом, на основании коэффициентного анализа.

Финансовая устойчивость – это состояние финансовых ресурсов организации, которое обеспечивает ее развитие за счет увеличения прибыли и капитала при условии, что сохраняется платежеспособность и кредитоспособность. Финансовая устойчивость рассчитывается через соотношение различных видов источников финансирования, а также их соответствия составу активов. Для оценки финансовой устойчивости используются абсолютные и относительные показатели. Смысл расчета абсолютных показателей заключается в том, что определяются источники средств и их объем, используемый для покрытия запасов. Обобщающим показателем финансовой независимости компании является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов, который определяется в виде разности между величиной источников средств и величиной запасов. С помощью этих показателей можно определить тип финансовой ситуации, сложившейся в организации, которые описаны

в таблице 3.

Таблица 3 – Типы финансовой устойчивости организации [6, с. 442]

Тип финансовой ситуации	Фс	Фт	Фо	Описание состояния организации
Абсолютная независимость	>0	>0	>0	Представляет собой крайний тип финансовой устойчивости, организация платежеспособна и рентабельна.
Нормальная устойчивость	<0	>0	>0	Гарантируется платежеспособность организации, но наблюдаются скачки в получении прибыли.
Неустойчивое состояние	<0	<0	>0	Нарушение платежной дисциплины.
Кризисная ситуация	<0	<0	<0	Организация полностью зависит от заемных источников финансирования. Собственного капитала, кредитов и займов не хватает для финансирования материальных оборотных средств, пополнение запасов идет за счет средств, образующихся в результате замедления погашения кредиторской задолженности и амортизационных отчислений.

Обобщающим показателем финансовой независимости организации является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов, который определяется в виде разности между величиной источников средств и величиной запасов. Финансовую устойчивость характеризуют при помощи расчета финансовых коэффициентов (таблица 4).

Таблица 4 – Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость [6, с. 443]

Наименование показателя	Способ расчета	Норма	Пояснения
Коэффициент автономии	$K_{ск} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Общая сумма капитала}}$	0,7-0,8	Показывает насколько компания независима от заемного капитала.
Коэффициент финансовой зависимости	$K_{зк} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Общая сумма капитала}}$	0,2-0,3	Характеризует долю заемных средств в общей сумме капитала (дополняет коэффициент автономии, их сумма равна единице).
Коэффициент финансового левериджа	$K_{фл} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$	≤ 1	Показывает, каких средств у организации больше, заемных или собственных (не должен превышать 1; чем больше превышение, тем больше зависимость от заемных средств).

Коэффициент маневренности капитала	$K_m = \frac{\text{Собственный капитал} - \text{внеоборотный капитал}}{\text{собственный капитал}}$	0,3-0,5	Показывает то, насколько организация обеспечена собственными средствами в мобильной форме.
Коэффициент обеспечения запасов	$K_{озк} = \frac{\text{Собственный оборотный капитал} - \text{Внеоборотные активы}}{\text{Запасы}}$	0,5-0,6	Показывает, в какой мере запасы обеспечены постоянным капиталом.
Коэффициент соотношения текущих и внеоборотных активов	$K_{соот. Ак} = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Внеоборотные активы}}$	0,7-0,8	Позволяет определить уровень обеспеченности ресурсами и имуществом, а также объем внеоборотных активов, который приходится на 1 рубль оборотных активов.

Величина таких коэффициентов определяется возможностью сравнения полученных результатов с существующими общепринятыми стандартными нормами. Полезность анализа соответствующих коэффициентов для принятия решений зависит от их правильной интерпретации. Финансовые показатели рассчитываются и анализируются для изучения изменений финансового состояния организации. Диагностика финансовых результатов включает в себя три направления: диагностика рентабельности, прибыли и деловой активности. Рентабельность оценивает прибыльность компании и указывает на соотношение результата к затратам. Оценка рентабельности проводится при расчете следующих показателей (таблица 5).

Таблица 5 – Показатели рентабельности [6, с. 447]

Показатели	Формула для расчета
Общая рентабельность, %	$R_{общ.} = \frac{\text{прибыль (убыток) до налогообложения}}{\text{выручка}} \times 100\%$
Рентабельность(убыточность) продаж, %	$R_{п.} = \frac{\text{прибыль (убыток) от продаж}}{\text{выручка (нетто) от продаж}} \times 100\%$
Рентабельность активов, %	$R_{а.} = \frac{\text{чистая прибыль (убыток)}}{\text{активов}} \times 100\%$
Рентабельность собственного капитала, %	$R_{с. к.} = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{собственный капитал}} \times 100\%$

Таким образом, показатели прибыльности определяют способность

организации получать прибыль в ходе своей деятельности и определять общую эффективность собственности и инвестированного капитала организации. Методические подходы к формированию показателей прибыли основываются на 3 важных этапах, таких как: анализ выполнения плана финансовых результатов, факторный анализ прибыли, оценка эффективности использования чистой прибыли.

1.2 Направления и резервы роста прибыли: российский и зарубежный опыт

В российской практике наиболее часто используются две области, в которые можно направить чистую прибыль предприятия:

- накопление резервов организации, рост имущества;
- расходование средств на конкретные нужды [36, с. 15].

Для увеличения прибыли организации, следует определить резервы ее увеличения. Увеличить прибыль компании, по сути, можно тремя основными способами: рост продаж, снижение себестоимости и их сочетание. Другое дело, как реализовать один из выбранных путей в конкретной организации, и какой из этих путей выбрать также нелегко решить, нужно проанализировать положение дел.

В условиях роста прибыли, прежде всего, необходимо обратить внимание на стоимость продукции (услуг) организации. Иногда это трудно рассчитать правильно, потому что необходимо учитывать различные факторы – например, динамическое изменение стоимости товаров на складе или, когда новая партия товаров прибывает по новой ценеи очень трудно правильно определить их стоимость. Тем временем часто приходится искать ресурсы, чтобы увеличить доход предприятия именно по себестоимости[19, с.100].

Себестоимость – один из главных, но не единственный фактор увеличения прибыли. Благодаря правильно выбранной стратегии, увеличение доходов (продаж) должно быть быстрее, чем увеличение затрат. При выборе стратегии

следует учесть текущее состояние рынка и положение компании на рынке. Рассмотрим основные факторы, влияющие на снижение затрат компании [41, с.159]:

- достижение высокого уровня производительности труда;
- обеспечение высокого уровня обращения оборотных средств и источников компании;
- оптимальный уровень переменных затрат компании;
- оптимальный уровень постоянных затрат;
- оптимальный уровень структуры капитала компании, собственных средств и кредитов;
- снижение уровня запасов.

Следующий важный момент – доля затрат в маржинальном доходе, которую следует проанализировать. Когда речь идет о товарах, следует обратить внимание на логистику товаров и транспорта, если речь идет об услугах, необходимо создать «воронку продаж» (точнее, на ее этапах). Чем шире дно воронки, тем лучше (дно воронки – это так называемые «клиенты первого уровня»).

Итак, себестоимость, продажи и издержки - играют особую роль в вопросах увеличения прибыли организации. Если руководство предприятия решит увеличить прибыль, наиболее важным фактором в реализации поставленной задачи станет мотивация сотрудников компании, ответственных за разные направления этого процесса. Сразу же возникает вопрос о правильной системе управления процессами и ресурсами [35].

Все действия следует тщательно продумать, спланировать и объяснить сотрудникам. Если объясните сотрудникам, что увеличение прибыли компании, также является увеличением их доходов, не только объясните, но и разработайте проект разумного повышения заработной платы в зависимости от результатов реализации разработанной стратегии, существует возможность создать идеальную мотивацию и достичь лучших результатов.

Очень часто прибыль можно увеличить за счет рекламы. «Реклама –

двигатель торговли». Если целью любой компании является получение прибыли, она должна максимально реализовать свои продукты или услуги на занимаемом рынке. Многие покупатели не знают о существовании на рынке некоторых компаний, которые могут производить что-то лучше, по выгодной цене и с отличным качеством. В этом случае значительно помогает реклама. В принципе, основные резервы роста прибыли можно определить с помощью факторного анализа прибыли, поскольку анализ напрямую отражает факторы, которые напрямую влияют на результативные показатели. На рисунке 9 представлены мероприятия по увеличению прибыли.

Процесс управления прибылью необходимо начинать с оценки тех или других явлений организации, в первую очередь, в части сбора, проработки и группирования источников информации, ведь, результаты анализа являются необходимыми для принятия управленческих решений.

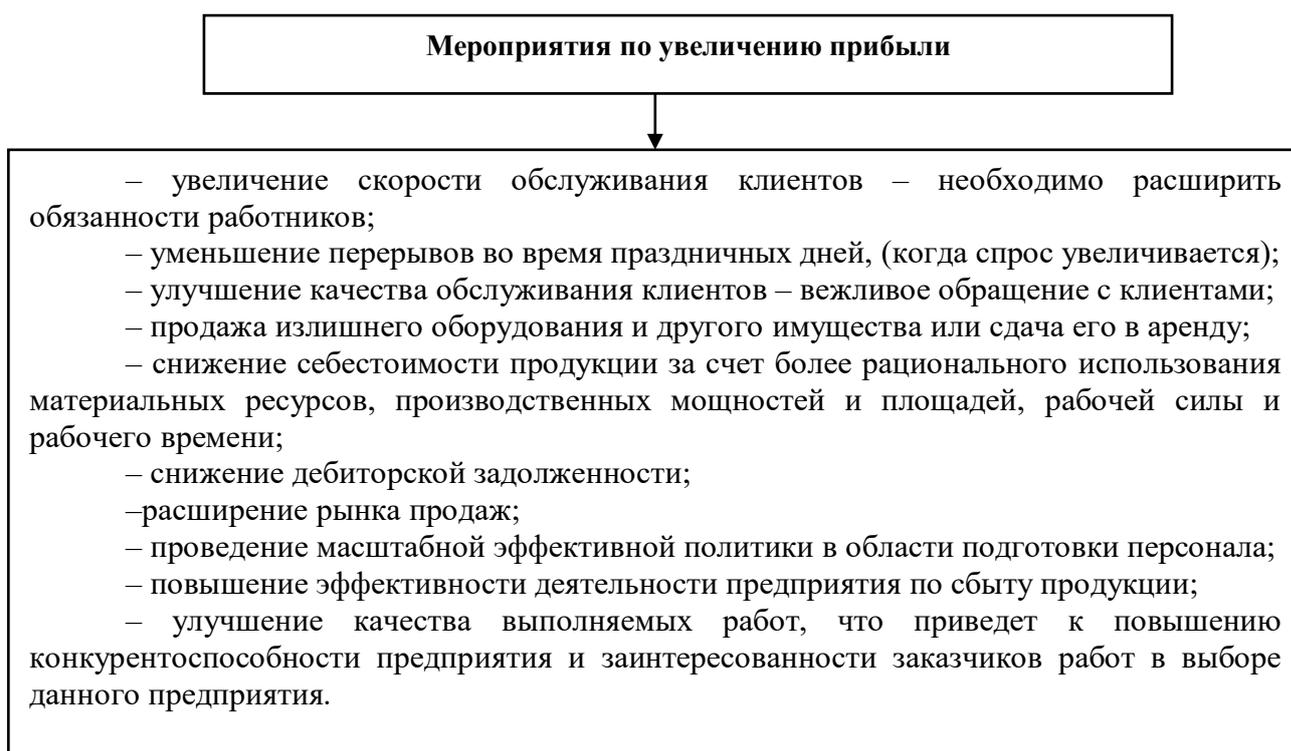


Рисунок 9 – Мероприятия по увеличению прибыли [32, с. 125]

Одной из функций управления является планирование хозяйственной деятельности компании. Управление прибылью – это сложный процесс, требующий комплексной работы и всесторонней оценки огромного количества

факторов, как прямо, так и косвенно влияющих на организацию [25, с.51]. В российской рыночной экономике прибыль является важнейшим показателем бизнеса организации, источником материального благосостояния компании и ее работников. Политика распределения прибыли на внутренние инвестиции, социальные меры, возмещение в бюджет является не менее важным звеном общей политики управления прибылью в компании.

В свою очередь, в зарубежной практике принято выделять следующие основные подходы:

1) финансовый результат рассматривают как изменение размера чистых активов предприятия на протяжении отчетного периода. Определяется величина чистых активов как стоимостная оценка общего имущества предприятия за минусом общей величины его задолженности и дополнительных взносов собственников бизнеса;

2) финансовый результат является разницей, которая имеется между размером доходов и расходов работы предприятия;

3) финансовый результат рассматривается как изменение объема собственного капитала предприятия на протяжении отчетного периода. При определении финансового результата исходный момент в названных подходах – это расчет результата, который показывает эффективность использования капитала, вложенного собственником. Вместе с тем, прибыль рассматривается, как элемент собственного капитала, иными словами, как его прирост в течение определенного промежутка времени [34, с.78].

В зарубежной практике в целях отражения финансовых результатов работы предприятия подготавливается обязательная форма финансовой (бухгалтерской) отчетности, а именно: «Отчет о прибылях и убытках» либо «Отчет о финансовых результатах». Однако по той причине, что финансовый результат – это комплексное понятие, его величина находится в зависимости от варианта учета, который принят в отдельно взятом государстве. Отчет о прибылях и убытках, например, в Германии имеет вертикальную форму. Этот отчет составляется в функциональном и затратном форматах.

Например, во Франции для представления такого отчета применяются следующие формы – вертикальная форма и горизонтальная форма, а главный подход при его составлении – это концепция производства, в которой в качестве базы использована произведенная за отчетный год валовая продукция, иными словами, сумма складированной, реализованной и направленной на личные нужды продукции.

В Соединенных Штатах Америки отчет о прибылях и убытках, согласно национальным стандартам, может иметь следующие формы: одноступенчатую форму и многоступенчатую форму. При применении одноступенчатой формы, которой присуща простота, группирование всех доходов и расходов 40 предприятия осуществляется отдельно, и разница, имеющаяся между ними, образует чистую прибыль. Что касается многоступенчатой формы, то она является более сложной. Это последовательное исчисление чистой прибыли предприятия при увязке соответствующих расходов и доходов. После внесения в отчет данных о прибылях (убытках) вследствие обобщенного эффекта от изменения учетной политики (за минусом налога) осуществляется определение величины чистой прибыли предприятия, а потом формируется информация о чистой прибыли, которая приходится на 1 акцию [9, с.99].

Также зарубежные компании проводят и прогнозный (перспективный) анализ финансовых результатов. Его суть состоит в рассмотрении индикаторов с точки зрения предстоящей перспективы (например, месяц, квартал, год, и так далее). Оценка финансовых результатов работы предприятия в этом случае осуществляется в сравнении с планом и прошлым периодом. Вместе с тем, обеспечивается сопоставимость показателей, а также исключается ценовое влияние в инфляционных условиях. В процессе анализа выявляется, сумела ли организация получить ожидаемую прибыль; по каким именно причинам, если это зафиксировано, не были выполнены планы по прибыли предприятия; кто именно виноват – плохая работа или плохое планирование.

Зарубежные предприятия для углубления анализа более подробно исследуют все резервы роста прибыли на предмет реальной возможности их

реализации, что необходимо для извлечения более высокой прибыли. Сравнительный анализ прибыли в отечественной и зарубежной практике представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Сравнение анализа прибыли в отечественной и зарубежной практике [20, с.22]

Российская методика	Зарубежная методика
<p>В зависимости от организации проведения анализа прибыли также выделяют 2 основных вида:</p> <p>1. Внутренний анализ проводится главными менеджерами, руководителями и ответственными лицами компании на основе всех имеющихся данных с конкретной целью. Полученные результаты, а также стратегии, основывающиеся на них, нередко представляют собой главную коммерческую тайну предприятия.</p> <p>2. Внешний анализ прибыли конкретного предприятия может проводиться банками, налоговыми организациями или аналитическими компания исключительно на тех данных, что предоставлены для открытого доступа руководителями или представителями предприятия. Использование и доступ к защищенным документам компании является фактом нарушения текущего законодательства Российской Федерации.</p>	<p>С целью повышения достоверности прогнозных расчетов прибыли разрабатывается прогноз на квартал, месяц. При изучении факторов изменения прибыли и прогнозирования ее величины для обеспечения системного подхода в зарубежных странах используют маржинальный анализ, в основе которого лежит маржинальный доход (МД) – прибыль в сумме с постоянными затратами предприятия (Н).</p> <p>При этом, если известны величины маржинального дохода и постоянных затрат, можно рассчитать сумму прибыли: $\Pi = \text{МД} - \text{Н}$.</p> <p>Иногда при определении суммы прибыли вместо маржинального дохода используются выручка и удельный вес маржинального дохода в ней. Если известны количество проданной продукции (К), переменные затраты на единицу продукции (V) и ставка маржинального дохода ($\text{Дс} = \text{Ц} - \text{V}$) в цене за единицу продукции (Ц), при анализе прибыли от реализации одного вида продукции рекомендуется определять прибыль иным образом: $\Pi = \text{К} \times \text{Дс} - \text{Н} = \text{К} \times (\text{Ц} - \text{V}) - \text{Н}$.</p>

Финансовый результат предприятия в зарубежных странах является понятием более широким, нежели чистая прибыль отчетного периода. Финансовый результат определяется не только как разница, которая имеется между доходами и расходами предприятия, но еще и как прирост собственного капитала и прирост чистых активов. В порядке учета финансовых результатов зарубежных предприятий (Франции, США, Германии) принципиальные различия имеются не только по форме (структура, вертикальное и горизонтальное представление), но и по существу (то есть, порядок исчисления

показателей). Однако во всех учетных системах, несмотря на это, соответствующие сведения отражаются в отчете о прибылях и убытках, и этот отчет является обязательным для составления.

Таким образом, наблюдается определенное отличие в перечне показателей для определения финансового состояния предприятий и методах расчета подобных показателей. Кроме того, выходные данные (финансовая отчетность) для расчета показателей отличаются от отечественной финансовой отчетности, что вызвано различиями в проведении учета операций в процессе производственной деятельности предприятия.

Необходимо отметить, что недостатками методик диагностики финансового состояния как отечественных, так и зарубежных авторов является игнорирование отраслевых особенностей. К преимуществам зарубежных методик можно отнести их конкретность и определенность в количественном составе показателей и интерпретации их результатов, упрощенность таких методик анализа и оценки финансового состояния предприятий. Российские методики анализа финансового состояния, наоборот, характеризуются значительным отличием среди различных авторов в наборе показателей для анализа того или иного направления и разнообразной их комбинацией. Соответственно, отечественная методика требует унификации, уменьшения количества анализируемых показателей. При этом необходимо отдавать предпочтение расчету тех показателей, которые имеют наибольшую содержательность и необходимость для аналитика.

Выводы по 1 главе

На основе анализа научных источников по теме исследования можно сделать вывод, что прибыль является не только главной целью для предприятий, но также и одним из основных компонентов развития экономики государства в целом. Показатели прибыльности показывают способность организации получать прибыль в ходе своей деятельности и определять общую

эффективность собственности и инвестированного капитала организации. Методические подходы к формированию показателей прибыли основываются на трех важных этапах, таких как: анализ выполнения плана финансовых результатов, факторный анализ прибыли, оценка эффективности использования чистой прибыли. Получая больше прибыли, предприятие развивается, а по мере развития частного сектора происходит развитие экономики государства, что в перспективе положительно скажется на развитии малого и среднего бизнеса.

Прибыль на российских предприятиях является решающим показателем, который способствует финансовому менеджменту к разумному подходу к формированию политики путем принятия решений о максимизации доходов и сокращения расходов. Применение методов прогнозирования и планирования прибыли позволяет повысить эффективность финансового управления прибылью организации. Анализ зарубежного опыта показал, что финансовый результат предприятия в зарубежных странах является понятием более широким, нежели чистая прибыль отчетного периода. Финансовый результат определяется не только как разница, которая имеется между доходами и расходами предприятия, но еще и как прирост собственного капитала и прирост чистых активов.

Глава 2. АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ООО «АВТО ОЙЛ»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «АВТО ОЙЛ»

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «АВТО ОЙЛ» (ДАЛЕЕ – ООО «АВТО ОЙЛ») основано 15 апреля 2013 года в соответствии с Гражданским Кодексом РФ.

Юридический адрес: 198216, г. Санкт-Петербург, улица Автомобильная, дом 8 литера в, офис 800а. Генеральным директором организации является Цоберг Наталья Михайловна.

Целью деятельности организации является получение прибыли и повышение на этой основе жизненного уровня сотрудников организации. Основным видом деятельности организации является вспомогательная деятельность, связанная с перевозками. Также компания проводит различного уровня и рода техническое обслуживание, взаимодействует с другими компаниями по роду деятельности. Общество является юридическим лицом. Права и обязанности юридического лица общество приобретает с момента его государственной регистрации. Правовое положение общества определяется действующим законодательством и Уставом организации.

Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, для достижения уставных целей, а также для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести ответственность, а также быть истцом и ответчиком в суде.

Общество приобретает гражданские права и принимает на себя гражданские обязанности, через свои органы, действующие в соответствии с законодательством РФ и Уставом компании. Общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание

на место его нахождения, вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации. В своей деятельности ООО «АВТО ОЙЛ» руководствуется Гражданским кодексом РФ, Уставом компании, законодательными актами РФ. Характеристика основных экономических показателей представлена в таблице 7 по данным бухгалтерской отчетности, приложений 1 и 2.

Таблица 7 – Анализ основных экономических показателей ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Показатели	Годы		Абсолютное изменение	Темп роста, %
	2019 г.	2020 г.		
Выручка, тыс.руб.	2583	3638	1055	140,8
Себестоимость продаж, тыс.руб.	3546	2496	-1050	
Среднесписочная численность работников, чел.	5	5	0	100,00
Производительность труда, тыс.руб.	516,6	727,6	211,0	140,8
Фонд оплаты труда, тыс.руб.	2550,0	2634,0	84,0	103,30
Средняя заработная плата работника, руб.	42,5	43,9	1,4	103,30
Прибыль от продаж, тыс.руб.	87,0	92,0	5,0	105,7
Чистая прибыль (убыток), тыс.руб.	36,0	41,0	5,0	113,9
Стоимость собственного капитала, тыс.руб.	71,0	152,0	81,0	214,1
Рентабельность собственного капитала, тыс.руб.	50,7	27,0	23,7	53,2

Согласно таблицы 7 видно, что выручка от реализации выросла на 1055 тыс. руб., это на 40,8% выше, чем в 2019 году. Снизилась себестоимость продаж на 1050 тыс. руб. На положительное изменение этих показателей сказалась пандемия. Это повлияло на повышение чистой прибыли на 5 тыс. руб., темп роста составил 5,7%.

На предприятии численность работников осталась прежней, а производительность труда повысилась на 211,0 тыс. руб. на одного рабочего. Фонд оплаты труда и средняя заработная плата работника за 2020 год увеличились на 84,0 тыс. руб. и 0,14 тыс. руб., или на 3,3% и 3,3% соответственно. Это ниже показателя инфляции за 2020 год, который составил

4,9% по стране, следовательно, материальное положение работников организации не улучшилось. Стоимость собственного капитала выросла на 81,0 тыс. руб., или на 214,1%. Это привело к тому, что темп роста рентабельности собственного капитала составил 23,7%.

Организационная структура организации имеет линейной тип (рисунок 10).



Рисунок 10 – Организационная структура ООО «АВТО ОЙЛ»

К преимуществам линейной структуры можно отнести следующее: единство и четкость распорядительства, согласованность действий исполнителей, простота управления (один канал связи), четко выраженная ответственность, оперативность в принятии решений, личная ответственность руководителя за конечные результаты деятельности своего подразделения. В качестве недостатков можно выделить следующее: высокие требования к руководителю, который должен быть подготовлен всесторонне, чтобы обеспечивать эффективное руководство по всем функциям; отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений перегрузка информацией, множество контактов с подчиненными, вышестоящими и сменными структурами; затруднительные связи между инстанциями; концентрация власти в управляющей верхушке.

Руководством компании занимается генеральный директор. Бухгалтерия

занимается вопросами учета и документооборота компании. Транспортный отдел занимается непосредственными перевозками и отвечает за техническое состояние автомобильного транспорта. Организация относится к микропредприятиям и данная организационная структура максимально подходит для ООО «АВТО ОЙЛ». Анализ кадрового потенциала позволяет определить степень обеспеченности сотрудниками в организации и их эффективность использования.

Состав и структура численности персонала ООО «АВТО ОЙЛ» представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Состав и структура численности персонала ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Категории персонала	2019 г.		2020 г.		Абсолютное изменение	Темп роста, %
	Кол-во чел.	%	Кол-во чел.	%		
По видам						
- списочная численность	5	100	5	100	0	100
- средне явочная численность	5	100	5	100	0	100
По категориям						
- руководители	1	20	1	20	0	100
- рабочие	3	60	3	60	0	100
- специалисты	1	20	1	20	0	100

Согласно таблице, в 2020 г. численность сотрудников не изменилась по сравнению с 2019 годом. Таким образом, к концу 2020 г. основной состав персонала – это рабочие, которые занимаются оказанием транспортных услуг. Также следует отметить в ООО «АВТО ОЙЛ» наблюдается превышение численности мужчин над численностью женщин. Подобная гендерная структура персонала вызвана спецификой деятельности компании.

Удельный вес женщин в 2020 году составил 10% , тогда как мужчины занимали 90% (рисунок 11).

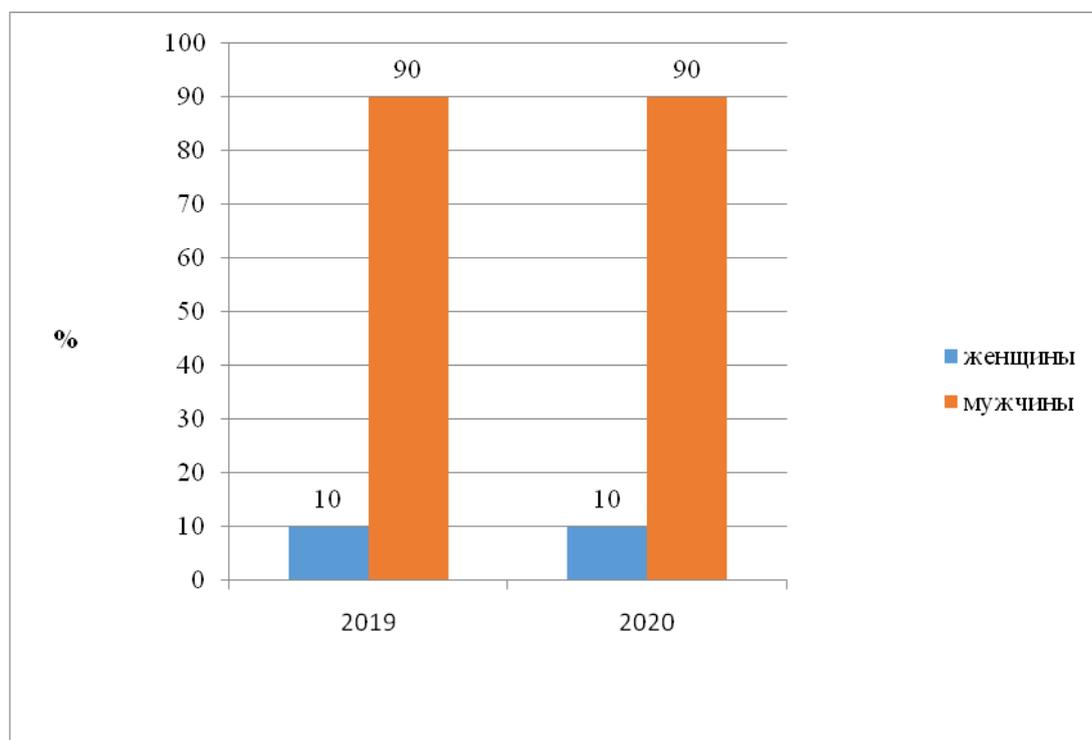


Рисунок 11 – Структура персонала по гендерному признаку ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

В таблице 9 приведен анализ персонала ООО «АВТО ОЙЛ» по возрастному составу.

Таблица 9– Показатели персонала ООО «АВТО ОЙЛ» по возрастному составу за 2019-2020 гг., чел.

Показатели	2019 г.	2020 г.	Абсолютное изменение
Общее количество работников, всего в т.ч. по возрасту:	5	5	0
от 31 до 35 лет	1	1	0
от 36 до 40 лет	1	1	0
от 41 до 45 лет	3	3	0

Анализ представленных данных таблицы 9 показал, что с 2019 г. по 2020г. основная группа персонала это молодые люди от 36 до 40 лет. Анализ численности персонала по стажу ООО «АВТО ОЙЛ» представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Численность сотрудников по стажу ООО «АВТО ОЙЛ» за

2019-2020 гг.

Категория персонала	2019 г.		2020 г.		Абсолютное изменение
	Кол-во чел.	%	Кол-во чел.	%	
Списочная численность	5	100	5	100	0
от 1 до 3 лет	1	20	0	0	-1
от 3 до 5 лет	4	80	5	100	+1

ООО «АВТО ОЙЛ» работает с 2013 года, основная доля по численности к концу 2020 г. приходится на стаж от 3-5 лет, удельный вес которых составил 100%, со стажем от 1 до 3 лет к концу 2020 г. численность отсутствует. Таким образом, представленный анализ свидетельствует об обеспеченности компании персоналом, а его качественный состав можно характеризовать как молодой и опытный. В таблице 11 приведен анализ персонала организации ООО «АВТО ОЙЛ» по уровню профессионального образования.

Таблица 11 – Анализ персонала организации ООО «АВТО ОЙЛ» по уровню профессионального образования, чел.

Показатели	2019 г.		2020 г.		Абсолютное изменение
	чел.	%	чел.	%	
Высшее образование	4	80	4	80	0
Среднее специальное образование	1	20	1	20	0
Всего:	5	100	5	100	0

Согласно представленным данным таблицы 11, следует отметить, что основная масса сотрудников имеют высшее образование, доля которых составила 80% за анализируемый период. Доля персонала со средним специальным образованием составила 20% за весь анализируемый период. К наиболее ответственному этапу в анализе персонала компании нужно отнести движение персонала.

Данные для изучения движения персонала приведены в таблице 12.

Таблица 12 – Показатели движения персонала ООО «АВТО ОЙЛ» за

2019-2020 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	Абсолютное изменение
Списочная численность работников, чел.	5	5	0
Количество принятых работников, чел.	0	1	1
Количество выбывших работников, чел.	1	0	-1
в том числе: по собственному желанию	1	0	-1
Коэффициент оборота по приему, %	0	0,14	0,14
Коэффициент оборота по выбытию, %	0,14	0	-0,14
Коэффициент текучести, %	0,14	0	-0,14
Коэффициент замещения, %	0	0	0
Коэффициент стабильности кадров	0,14	0	-0,14

Из таблицы 12 видно, что все представленные коэффициенты оборота по выбытию и текучести снизились, причиной является динамика движения персонала в организации. Количество принятого персонала на работу увеличилось на 1 чел. Проведенный анализ кадрового состава ООО «АВТО ОЙЛ» показал, что организация полностью укомплектована кадрами, также отмечается превышение численности мужчин над численностью женщин в коллективе. Анализ свидетельствует о обеспеченности ООО «АВТО ОЙЛ» персоналом, а его качественный состав характеризуется как относительно молодой.

Анализ внешнего окружения и внутренней среды организации следует начать с анализа внешней среды, который, в свою очередь, подразделяется на:

- макросреду, которая косвенно влияет на компанию;
- микросреду, которая оказывает непосредственное влияние на

компанию.

Макросреду следует рассматривать, используя PEST-анализ, посредством которого возможно определить влияние критериев внешней среды на организацию (таблица 13).

Таблица 13 – PEST-анализ факторов среды косвенного воздействия

Фактор среды	Влияния на организацию	Направленности влияния	Интегральная
1	2	3	4=2*3
Политические (P)			
Политическая ситуация	1	-1	-1
Изменение законодательства	1	-1	-1
Государственное влияние на отрасль	0	-1	0
Уровень развития правового регулирования экономики	1	-1	-1
Налоговая политика	2	-1	-2
Итого			-4
Экономика (E)			
Уровень конкуренции в отрасли	3	1	3
Курс национальной валюты	1	-1	-1
Уровень инфляции	2	1	2
Рост налогов	3	1	3
Итого			7
Социум (S)			
Демографические изменения	1	1	1
Уровень безработицы	1	1	1
Отношение к труду и отдыху	0	-1	0
Социальная мобильность населения	1	-1	-1
Активность потребителей	1	1	1
Итого			2
Технология (T)			
Развитие производственных технологий	2	1	2
Развитие Интернета и прочих дополнительных каналов связи	2	1	2
Уровень автоматизации производства	1	-1	-1
Новые продукты (скорость обновления и освоения новых технологий)	2	-1	-2
Итого			1

Анализируя таблицу 13, а именно результативные интегральные оценки по анализу макросреды, можно увидеть, что самую высокую угрозу для организации представляют экономика, рост налогов, уровень инфляции, уровень конкуренции в отрасли. Однако следует отметить, что каждый из представленных факторов может быть или угрозой, или новой возможностью для компании. К угрозам можно отнести политику. Социум и технология имеют низкое влияние непосредственно на ООО «АВТО ОЙЛ». Проведем анализ прямого воздействия на ООО «АВТО ОЙЛ» и начнем его с анализа конкурентов. В данный момент на анализируемом рынке транспортных услуг города Санкт-Петербурга конкурентная среда достаточно жесткая. Проведем

сравнительный анализ деятельности основных конкурентов, таблица 14.

Таблица 14 – Сравнительный анализ основных конкурентов ООО «АВТО ОЙЛ»(по 5-ти бальной системе: минимальная оценка—1; максимальная—5)

Факторы конкурентоспособности	ООО «АВТО ОЙЛ»	ООО «АвтоКом СПб»	ООО «ПЭК»
Цена	4	4	5
Скорость обслуживания	4,4	4,2	4,5
Территориальная составляющая перевозок	4,2	3,9	4,8
Сайт	4	3,9	5
Каналы сбыта	4	4,2	4,9
Степень доверия клиента	4,3	3,7	4,7
Реклама	3	3,1	3,2
Общее количество баллов	27,9	27	32,1

Таблица 14 показывает, что лидером из представленных конкурентов является ООО «ПЭК» –32,1 баллов», ООО «АВТО ОЙЛ» отстает от лидера на 4,2баллов. Главными критериями, по которым ООО «АВТО ОЙЛ» не является лидером –цена, сайт, реклама, каналы сбыта и как следствие доля рынка.

Потребителями транспортных услуг, предоставляемых ООО «АВТО ОЙЛ», преимущественно являются юридические лица. Контактные аудитории компании это органы власти, налоговая инспекция, пенсионный фонд иСМИ. В организации отсутствуют запасы, и по своей специфике деятельности у нее нет поставщиков.

Завершим анализ внешней и внутренней среды организации матрицей SWOT – анализа (таблица 15).

Таблица 15 –Матрица SWOT-анализа ООО «АВТО ОЙЛ»

	Возможности	Угрозы
	<p>Внедрение новых информационных технологий</p> <p>Появление новых потребителей услуг</p> <p>Снижение налогов и пошлин</p> <p>Поддержка государством компаний малого бизнеса</p> <p>Повышение деловой активности компании</p> <p>Возможность укрепления репутации компании</p> <p>Повышение доверия к компании</p> <p>Рост доли рынка</p> <p>Активная реклама</p>	<p>Приход новых конкурентов</p> <p>Растущая агрессивность уже существующих конкурентов (расширение деятельности, создание более привлекательных предложений)</p> <p>Рост цен на топливо</p> <p>Рост требований клиентов</p> <p>Наличие наиболее дешевых аналогов услуг</p> <p>Высокий уровень налоговых отчислений</p> <p>Банкротство</p> <p>Поглощение более крупной компанией</p> <p>Снижение платежеспособности потребителей</p>
Сильные стороны	поле «SO» (сила и возможности)	поле «ST» (сила и угрозы)
<p>Высококвалифицированный персонал</p> <p>Налаженные отношения с постоянными клиентами</p> <p>Высокое качество обслуживания</p> <p>Лидирование среди конкурентов по некоторым важным показателям конкурентоспособности</p> <p>Широкая клиентская база</p> <p>Широкий спектр предлагаемых решений.</p> <p>Полный комплекс услуг по экспортным операциям</p> <p>Конкурентоспособные цены</p> <p>Развитая логистическая инфраструктура</p>	<p>Расширение клиентской сети, применение новых ИТ в обработке заказов</p> <p>Вывод на рынок новых видов услуг</p> <p>Снижение цен и тарифов за счет оптимизации ЛС</p>	<p>Развитие собственных транспортных сетей и инфраструктуры</p> <p>Лоббирование интересов компаний-перевозчиков в РФ</p> <p>Оптимизация схем работы на рынке</p> <p>Расширение региональных представительств</p>
Слабые стороны	поле «WO» (слабость и возможности)	поле «WT» (слабость и угрозы)
<p>Недостаточное количество логистических центров на территории РФ</p> <p>Увеличение сроков доставки из-за неразвитой сети дорог в РФ</p> <p>Высокие цены на некоторые услуги</p> <p>Наличие сильного конкурента на рынке</p> <p>Более высокая цена</p> <p>Малая доля рынка и слабая реклама</p> <p>Отсутствие программы лояльности</p>	<p>Строительство новых логистических центров и HUB-центров на территории РФ</p> <p>Оптимизация логистических операций</p> <p>Внедрение современных технологий управления и учета</p> <p>Сбережения средств для организации сети, либо взятие заемных средств для скорейшего открытия.</p>	<p>Отказ от неэффективных и убыточных направлений</p> <p>Рекламные кампании по продвижению основных услуг</p> <p>Повышение качества обслуживания</p>

Проведенный SWOT-анализ ООО «АВТО ОЙЛ» позволил сделать следующие выводы:

– главными угрозами являются: наличие более дешевых аналогов услуг, растущая агрессивность уже существующих конкурентов, высокий уровень налоговых отчислений и снижение платежеспособности потребителей;

– основными возможностями являются: внедрение новых информационных технологий, поддержка государством компаний малого бизнеса, рост доли рынка, активная реклама;

– основными сильными сторонами ООО «АВТО ОЙЛ» являются: высококвалифицированный персонал, налаженные отношения с постоянными клиентами, высокое качество обслуживания, конкурентоспособные цены, развитая логистическая инфраструктура;

– основными слабыми сторонами являются: недостаточное количество логистических центров на территории РФ, увеличение сроков доставки из-за неразвитой сети дорог в РФ, наличие сильного конкурента на рынке, малая доля рынка и слабая реклама.

Вывод: ООО «АВТО ОЙЛ» относится к микропредприятию. Целью организации является получение прибыли и повышение жизненного уровня сотрудников. Основным видом деятельности организации является вспомогательная деятельность, связанная с перевозками. Потребителями транспортных услуг, предоставляемых ООО «АВТО ОЙЛ», преимущественно являются юридические лица. Организационная структура имеет линейный тип. Численность персонала составляет 5 человек. Выручка от реализации в 2020 году выросла на 1055 тыс. руб., это на 40,8% выше, чем в 2019 году, а также снизилась себестоимость продаж на 1050 тыс. руб. На положительное изменение этих показателей сказалась пандемия. Это повлияло на повышение чистой прибыли на 5,0 тыс. руб., темп роста составил 5,7%. Проведенный анализ внешней и внутренней среды позволил выявить основные сильные и слабые его стороны, а также внешние факторы, влиянием которых оно подвержено.

2.2 Анализ прибыли и рентабельности ООО «АВТО ОЙЛ»

Финансовое состояние организации отражает совокупный комплекс показателей, которые показывают наличие, размещение и использование финансовых ресурсов. Основными источниками информации для анализа служат отчетный бухгалтерский баланс (приложение 1) и отчет о финансовых результатах (приложение 2). Анализ баланса ООО «АВТО ОЙЛ» представлен в таблице 16.

Таблица 16– Аналитическая группировка и анализ статей актива баланса ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Активы	2019 г		2020 г.		Изменения		Темп роста,%
	тыс. руб.	уд. вес,%	тыс. руб.	уд. вес, %	Абс. величины, тыс.руб.	удельного веса,%	
Имущество – всего, в т.ч.:	1910	100	5034	100	3124	0	263,6
Имобилизованные активы (внеоборотные активы)	0	0	0	0	0	0	0
Оборотные активы – всего, в т.ч.:	1910	100	5034	100	3124	0	263,6
Запасы + НДС	0	0	16	0	16	0	0
Дебиторская задолженность + прочие оборотные активы	1881	98,5	5006	99,4	3125	0,9	266,1
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	29	1,5	12	0,2	-17	-1,3	41,4

Из таблицы 16 видно, что имущество компании увеличилось в 2,5 раза к концу 2020 г. (в абсолютном выражении имущество увеличилось на 3124 тыс. руб.). Имобилизованные активы отсутствуют, у организации нет основных средств, т.к. помещение под офис компания арендует, а оборудование по стоимости не превышает 40 тыс. руб. Оборотные активы занимают основную долю в структуре имущества, и в абсолютном выражении они выросли на 3124 тыс. руб. или в 2,6 раза. Рост оборотных активов произошло в основном за счет статьи дебиторская задолженность, которая выросла в 2,6 раза в структуре имущества. Группа Запасы + НДС к концу 2020 года составила 16 тыс. руб.

Доля денежных средств сократилась на 1,3% в общей структуре, в абсолютном выражении они сократились на 17 тыс. руб. Рассмотрим динамику изменений в составе и структуре пассивов баланса, таблица 17.

Таблица 17– Аналитическая группировка и анализ статей пассива баланса ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Пассивы	2019 г		2020 г.		Изменения		Темп роста,%
	тыс. руб.	уд. вес,%	тыс. руб.	уд. вес,%	абсолютной величины, тыс. руб.	удельного веса,%	
Источники имущества – всего, в т.ч.:	1910	100	5034	100	3124	0	263,6
Собственный капитал, тыс.руб.	71	3,7	152	3,0	81	-0,7	214,1
Заемный капитал, в т.ч.	1839	96,3	4882	97,0	3043	0,7	265,5
долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0	0	0
краткосрочные обязательства, в т.ч.	0	0	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность, тыс.руб.	1839	96,3	4882	97	3043	0,7	265,5

Наглядно изменение динамики собственного и заемного капитала представлено на рисунке 12.

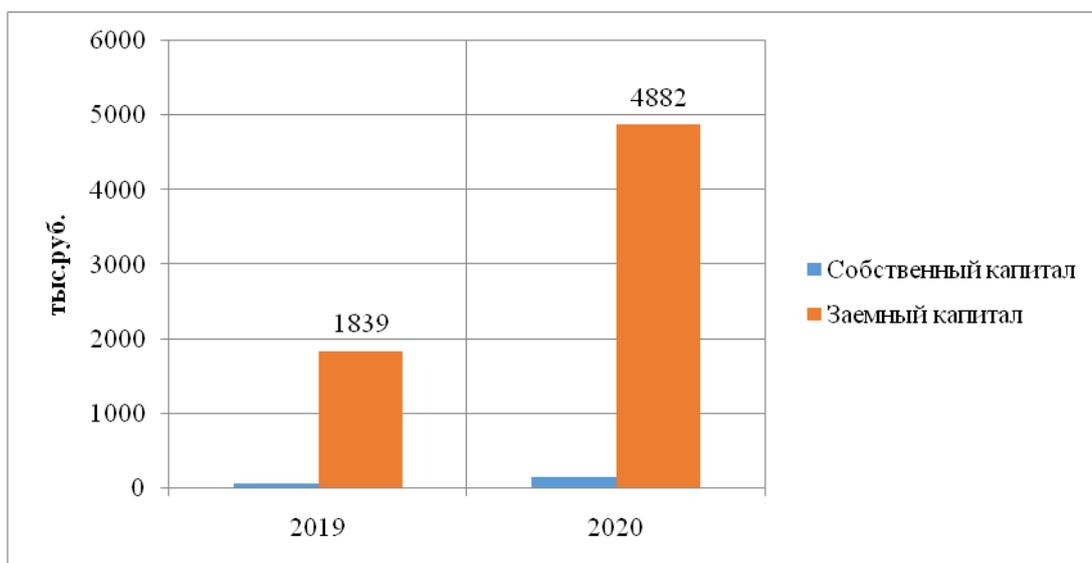


Рисунок 12 – Изменение динамики собственного и заемного капитала

Анализируя таблицу 17 и рисунок 12 можно сделать вывод, что

собственный капитал организации за 2020 год вырос на 81 тыс.руб., что составило 214,1% по сравнению с 2019 годом. Также отмечается рост кредиторской задолженности на 3043 тыс.руб., что составило 265,5%, можно отметить, что в источниках имущества удельный вес собственного капитала сократился на 0,7%, однако в абсолютном выражении происходит рост на 81 тыс. руб. или в 2 раза к концу 2020 года. Заемный капитал к концу 2020 года вырос в 2,6 раза, за счет краткосрочных обязательств, а именно кредиторской задолженности на 3043 тыс. руб. Доля кредиторской задолженности выросла с 96,3% 2019 г. до 97 % к концу 2020года. Краткосрочные и долгосрочные обязательства за период с 2019 по 2020 гг. отсутствуют. Основным собственным источником финансирования капитала являются заёмные средства. Используя данные отчета о финансовых результатах, проанализируем порядок формирования прибыли ООО «АВТО ОЙЛ» и ее динамику втаблице 18.

Таблица 18 – Анализ финансовых результатов ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Анализ прибыли от продаж							
Показатели	2019 г., тыс. руб.	Уд. вес в выручке, %	2020 г. тыс. руб.	Уд. вес в выручке, %	Изменения		Темп роста, %
					абсолютной величины, тыс. руб.	удельного веса, %	
Выручка	2583	100	3638	100	1055	–	140,8
Себ-ть продаж	2496	96,6	3546	97,5	1055	0,9	142,1
Валовая прибыль	87	–	92	–	5	-	105,7
Управл.и ком.расходы	0	0	0	0,0	0	0,0	0,0
Прибыль от продаж	87	3,4	92	2,5	5	-0,9	105,7
Анализ прибыли до налогообложения							
Прибыль от продаж	87	193,3	92	180,4	5	1,3	233,5
Прочие доходы	0	0	0	0,0	0	0	0,0
Прочие расходы	42	93,3	41	80,4	-1	-12,9	97,6
Прибыль до налогообложения	45	100	51	100	6	–	113,3

Анализируя таблицу 18, можно сделать вывод, что выручка ООО «АВТО ОЙЛ» выросла на 40,8% или на 1055 тыс. руб., причиной является рост объемов

оказанных транспортных услуг. Наибольшую долю в выручке занимает себестоимость, которая выросла на 0,9 %. В абсолютном выражении себестоимость выросла на 42,1% или на 1055 тыс.руб. Рост выручки и себестоимости повлияли на динамику валовой прибыли, которая выросла на 5 тыс. руб. или на 5,7%. Наглядно изменение динамики основных показателей ООО «АВТООЙЛ» представим на рисунке 13.

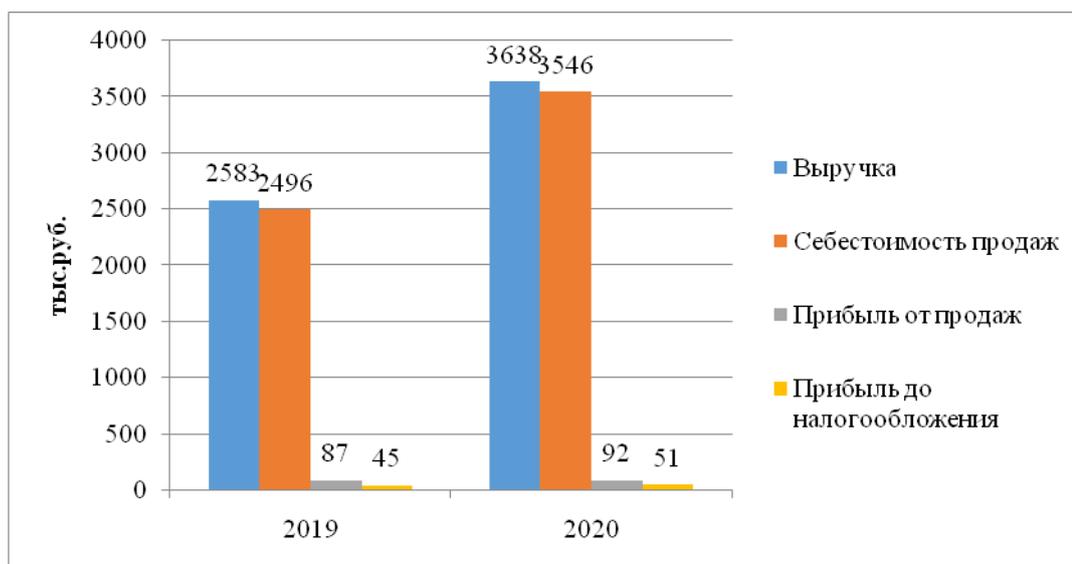


Рисунок 13 – Изменение динамики основных показателей ООО «АВТООЙЛ» за 2019 по 2020 гг.

Управленческие и коммерческие расходы за анализируемый период отсутствуют, на основании этого показатели прибыли от продаж аналогичны данным валовой прибыли. Проведем анализ прибыли до налогообложения, которая в динамике выросла на 6 тыс. руб. или на 13,3%. На прибыль до налогообложения повлияли снижение прочих расходов, в динамике они сократились незначительно на 2,4% или на 1 тыс. руб. При этом их доля в прибыли до налогообложения сократилась с 93,3% в 2019 г. до 80,4% в 2019г.

Несмотря на различную динамику показателей, компания вела активную деятельность и завершила год с прибылью. Прибыльность ООО «АВТООЙЛ» за период с 2019 г. по 2020 гг. рассмотрим по показателям рентабельности, выявим эффективность работы организации, таблица 19.

Таблица 19 – Анализ показателей рентабельности ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019–2020 гг.

Показатели	2019г.	2020г.	Абсол. измен.	Темп роста, %
1. Чистая прибыль, тыс. руб. (стр. 2400)	36	41	5	113,9
2. Операционная прибыль (прибыль от продаж) тыс. руб. (стр. 2200)	45	51	6	113,3
3. Выручка от реализации, тыс. руб. (стр. 2110)	2583	3638	1055	140,8
4. Стоимость активов, тыс. руб. (стр. 1600)	1910	5034	3124	263,6
5. Стоимость собственного капитала, тыс. руб.(стр. 1300)	71	152	81	214,1
6. Рентабельность продаж (стр. 2 / стр. 3)	1,7	1,4	-0,3	80,5
7. Рентабельность активов (стр.1 / стр. 4)	1,9	0,8	-1,1	43,2
8. Рентабельность собственного капитала (стр.1 /стр. 5)	50,7	27,0	-23,7	53,2

Наглядно изменение показателей рентабельности ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг. представим на рисунке 14.

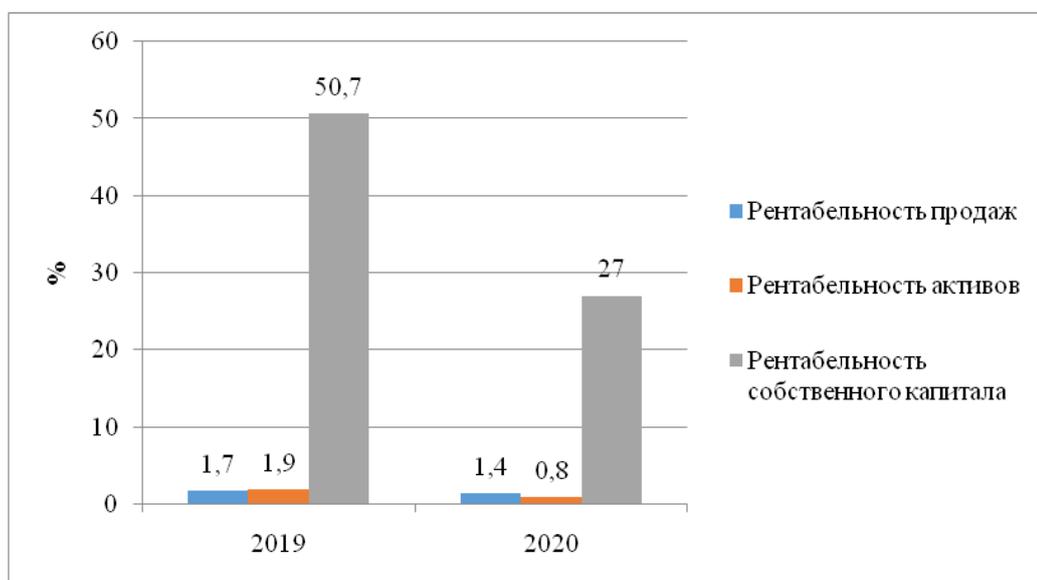


Рисунок 14 – Изменение динамики показателей рентабельности ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019 – 2020 гг.

Таблица 19 и рисунок 14 наглядно показывают, что чистая прибыль к концу 2020 года в динамике выросла на 13,9%, при этом с ростом активов рентабельность активов сократилась на 56,8%%, и к концу 2020 года она составила 0,8%, т.е. 8 руб. ООО «АВТО ОЙЛ» получает с каждого рубля

вложенного в активы. Также рост собственного капитала повлиял на сокращение рентабельности собственного капитала на 46,8% и к концу 2020 г составил 27%, это говорит о неэффективном использовании собственного капитала. Рентабельность продаж сократилась на 19,5%, и к концу 2020 г она составила 1,4%, т.е. 1,4 руб. прибыли приходится на ед. оказанных транспортных услуг. Анализ показателей ликвидности ООО «АВТО ОЙЛ» представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Анализ показателей ликвидности ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Показатели	Рекомендуемое значение	2019 г.	2020 г.	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (стр. 1240+стр. 1250)		29	12	-17	41,4
2. Дебиторская задолженность + прочие оборотные активы (стр. 1230+ стр. 1260)		1881	5006	3125	266,1
3. Запасы (стр. 1210 + стр. 1220)	x	0	16	16	0
4. Итого текущих активов (стр. 1+стр.2+стр.3)	x	1910	5034	3124	263,6
5. Краткосрочные (текущие) обязательства (стр. 1500)	x	1839	4882	3043	265,5
6. Коэффициент текущей ликвидности (стр.4 / стр.5)	Достаточное значение 2	1,039	1,031	-0,007	99,3
7. Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) ((стр.1+стр.2) / стр. 5)	Достаточное значение 0,8	1,039	1,028	-0,011	99,0
Коэффициент абсолютной ликвидности (стр. 1 / стр. 5)	Достаточное значение 0,2	0,016	0,002	-0,013	15,6

Наглядно изменение динамики показателей ликвидности ООО «АВТО ОЙЛ» представлены на рисунке 15.

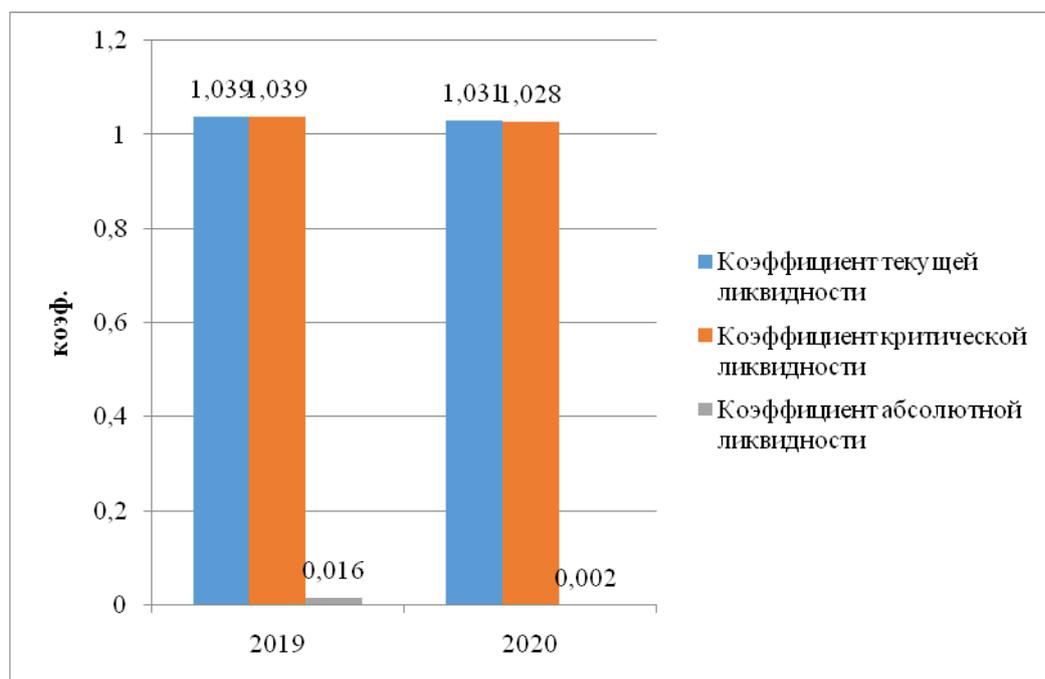


Рисунок 15 – Изменение динамики показателей ликвидности ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019 – 2020 гг.

Результаты таблицы 20 и рисунка 15 показывают следующее:

– коэффициент текущей ликвидности с 2019 г по 2020 г. ниже нормы, т.е. у компании недостаточно свободных ресурсов, которые были образованы благодаря собственным источникам;

– коэффициент критической ликвидности за анализируемый период не соответствует норме, и к концу 2020 года данный показатель имеет высокое значение;

– коэффициент абсолютной ликвидности с 2019 г. по 2020 гг. снизился в динамике, и к концу 2020 года составил 0,002, что значительно ниже оптимального значения, т.е. у организации нет возможности мгновенно погасить часть кредиторской задолженности.

Таким образом, коэффициенты ликвидности за анализируемый период подтверждают, что баланс компании неликвидный. В таблице 21 представлен анализ показателей оборачиваемости ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Таблица 21– Анализ оборачиваемости ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Показатели	Абсолютная величина, тыс. руб.		Коэффициент оборачиваемости (К _{об})		Оборачиваемость, в днях (Т _{об})		Изменение	
	2019г.	2020г.	2019 г.	2020 г.	2019 г.	2020 г.	Коэфф. оборачив. (гр.5-гр.4)	Оборачив. в днях (гр.7-гр.6)
1. Выручка от реализации (стр. 2110)	2583	3638	–	–	–	–	–	–
2. Оборотные активы (стр.1200)	1910	5034	1,35	0,72	266	498	-0,63	232
3. Дебиторская задолженность (стр. 1230)	1881	5006	1,37	0,52	262	698	-0,85	436
4. Кредиторская задолженность (стр. 1520)	1839	4882	1,4	0,53	256	680	-0,87	424

Наглядно изменение динамики показателей оборачиваемости в днях ООО «АВТО ОЙЛ» представим на рисунке 16.

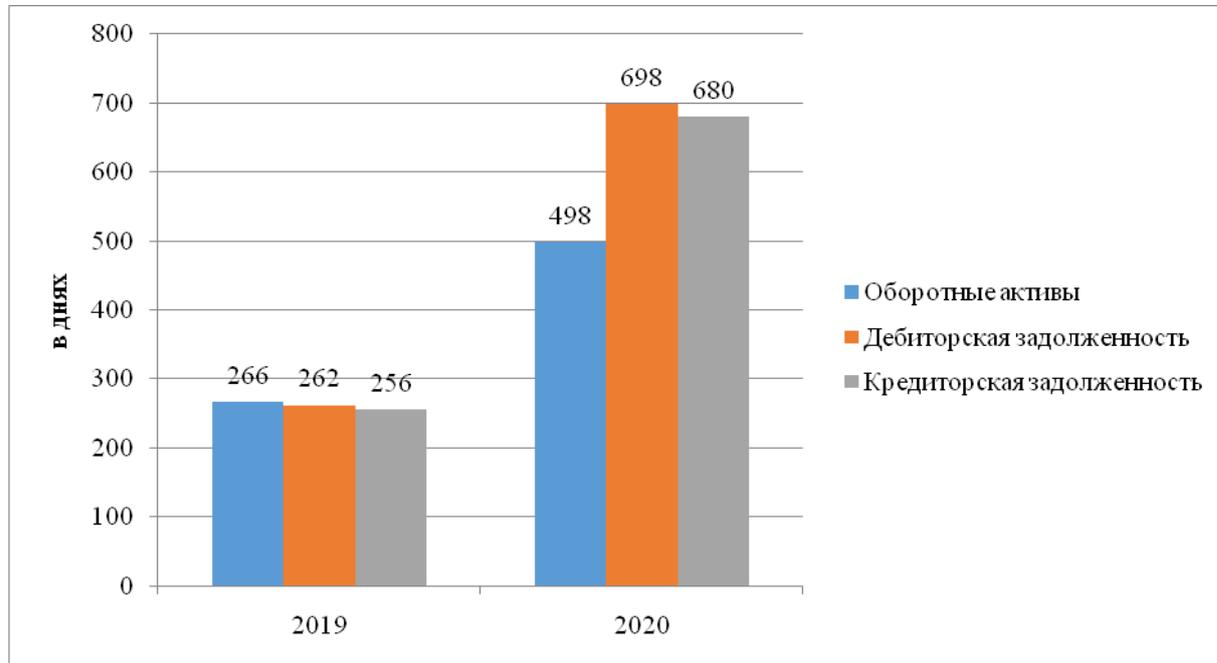


Рисунок 16 – Изменение динамики показателей оборачиваемости в ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

На основании таблицы 21 и рисунка 16 можно сказать, что коэффициент

оборачиваемости оборотных активов сократился на 0,63 и к концу 2020 года составил 0,72, что привело к росту оборачиваемости в днях на 232 дня, и к концу 2020 года оборачиваемость составила 498 дней. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности сократился на 0,86 и к концу 2020 года составил 0,52, что повлияло на рост периода оборачиваемости на 436 дней и к концу 2020 года период оборачиваемости дебиторской задолженности составил 698 дней. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности в динамике сократился с 1,4 в 2019 г. до 0,53 в 2020 г., что привело к росту периода оборачиваемости на 424 дня и в 2020 г. оборачиваемость составила 256 дней. Скорость оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженности за анализируемый период практически равны, однако показатели высоки, что говорит о неэффективной работе компании с клиентами. Таким образом, резкое увеличение дебиторской задолженности, а также рост кредиторской задолженности значительно снижают деловую активность компании.

Следующим основным показателем, характеризующим финансовое положение компании, является анализ финансовой устойчивости. Детальный анализ финансовой устойчивости проводится с помощью расчета специальных коэффициентов (таблица 22).

Таблица 22 – Анализ финансовой устойчивости ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019-2020 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Собственный капитал (стр. 1300)	71	152	81	214,1
2. Валюта баланса (стр. 1700)	1910	5034	3124	263,6
3. Заемный капитал (стр. 1400+ стр. 1500)	1836	4882	3046	265,9
4. Собственный оборотный капитал (стр. 1300 – стр. 1100)	1910	5034	3124	263,6
5. Запасы (стр. 1210)	0	16	16	0
Коэффициент концентрации собственного капитала, (автономии) (1/2)	0,04	0,03	-0,01	-
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (3/1)	25,86	32,12	6,26	-

Коэффициент маневренности (4/1)	26,9	33,12	6,22	-
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками финансирования (4/5)	0	314,63	0	-

Наглядно изменение динамики показателей финансовой устойчивости ООО «АВТО ОЙЛ» представим на рисунке 17.

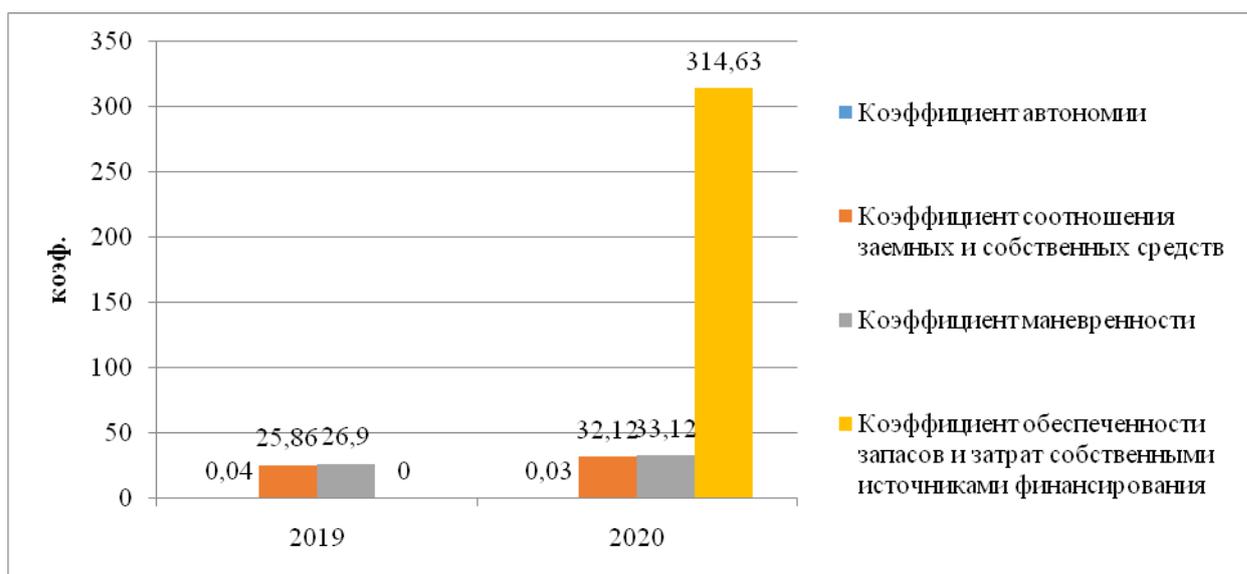


Рисунок 17– Изменение динамики показателей финансовой устойчивости ООО «АВТО ОЙЛ» за 2019–2020 гг.

На основании результатов таблицы 22 и рисунка 17 мы можем сделать следующие выводы:

- коэффициент автономии в динамике сократился незначительно на 0,01, однако показатели низкие и это говорит о финансовой не устойчивости компании;
- коэффициент соотношения заемных и собственных средств в динамике вырос и составил к концу 2020 года 32,12, т.е. 32,12 руб. приходится на каждый рубль собственных средств организации;
- коэффициент маневренности в динамике вырос и составил 33,12, т.е.

активы сформированы за счет собственных и заемных средств, что еще раз подтверждает финансовую неустойчивость организации;

- коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками финансирования вырос до 314,63.

В целом ООО «АВТО ОЙЛ» финансово неустойчиво. Таким образом, по результатам анализа можно сделать следующие выводы:

- резкий рост дебиторской задолженности свидетельствует о росте новых клиентов-кредиторов и имеющих выданных кредитах;

- структура доли оборотных активов не способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств;

- часть текущих активов не может быть отвлечена для расчетов по своим краткосрочным обязательствам, поскольку активы компании неликвидны, так как не могут своевременно трансформироваться в денежные средства;

- темпы роста дебиторской и кредиторской задолженности практически одинаковые.

Можно отметить, что основным собственным источником финансирования капитала являются заёмные средства. Выручка ООО «АВТО ОЙЛ» выросла на 40,8% или на 1055 тыс. руб., причиной является рост объемов оказанных транспортных услуг. Наибольшую долю в выручке занимает себестоимость, которая выросла на 0,9 %. В абсолютном выражении себестоимость выросла на 42,1% или на 1055 тыс. руб.

Прибыльность ООО «АВТО ОЙЛ» за анализируемый период низкая, в динамике она сократилась, такую же картину мы видим по показателям рентабельности. Резкое увеличение дебиторской задолженности, а также рост кредиторской задолженности значительно снижают деловую активность компании. Баланс ООО «АВТО ОЙЛ» неликвиден и компания финансово неустойчива.

Формирование прибыли ООО «АВТО ОЙЛ» начинается с момента реализации транспортных услуг, полученные денежные средства от реализации составляют выручку, из которой вычитают все затраты и налоги. В целом

показатели финансовых результатов компании имеют положительную динамику, ежегодно происходит рост прибыли, что является положительным аспектом в развитии компании.

В ООО «АВТО ОЙЛ» распределение чистой прибыли осуществляется на следующие цели: учредителям – 30%, цели накопления – 35%, цели потребления – 35%. Анализ распределения чистой прибыли ООО «АВТО ОЙЛ» представлен в денежном выражении в таблице 23.

Таблица 23 – Анализ распределения чистой прибыли в ООО «АВТО ОЙЛ» в 2019-2020 гг., тыс. руб.

Показатели	31.12. 2019 г.	31.12. 2020 г.	Абсол. отк. 2020 к 2019 тыс. руб.
Чистая прибыль	36	41	5
Учредителям 30%	10,8	12,2	1,4
Цели накопления 35%	12,6	14,4	1,8
Цели потребления 35%	12,6	14,4	1,8

Из таблицы 23 видно, что увеличение чистой прибыли в динамике, привело к росту в абсолютном значении сумм согласно целям распределения. Таким образом, наблюдается положительная динамика финансовых результатов компании, ежегодно происходит рост прибыли, что является положительным аспектом в развитии компании. Факторный анализ прибыли от продаж, позволит выявить в ООО «АВТО ОЙЛ» какие факторы в наибольшей степени повлияли на финансовый результат.

Проведем факторный анализ методом цепных подстановок, с целью выявления факторов. Факторного анализа прибыли от продаж методом цепной подстановки выглядит следующим образом, формула 4.

$$\text{Прибыль} = В - С - КР - УР, (4)$$

где В – выручка, тыс.руб.;

С – себестоимость, тыс.руб.;

КР – коммерческие расходы, тыс.руб.;

УР - управленческие расходы, тыс.руб.

Факторный анализ прибыли от продаж в 2020 году в сравнении с 2019 годом методом цепных подстановок представлен в таблице 24.

Таблица 24 – Факторный анализ прибыли от продаж методом цепных подстановок, тыс. руб.

Фактор	Формула	Подстановка данных изотчетности	Результат
Прибыль от продаж 2019 г	$V_{2019} - C_{2019} - КР_{2019} - УР_{2019}$	2583-2496-0-0	87
Изменение выручки	$V_{2019} - C_{2019} - КР_{2019} - УР_{2019}$	3638-2496-0-0	1142
Изменение себестоимости	$V_{2020} - C_{2020} - КР_{2019} - УР_{2019}$	3638-3546-0-0	92
Изменение коммерческих расходов	$V_{2020} - C_{2020} - КР_{2020} - УР_{2019}$	3638-3546-0-0	92
Прибыль от продаж 2020 г	$V_{2020} - C_{2020} - КР_{2020} - УР_{2020}$	3638-3546-0-0	92
Влияние выручки	1142-87		1055
Влияние себестоимости	92-1142		-1050
Влияние коммерческих расходов	92-92		0
Влияние управленческих расходов	92-92		-

Рассчитаем величину прибыли от продаж, формула 5.

$$ПП_1 - ПП_0 = \Delta ПП_{(B)} + \Delta ПП_{(C)} + \Delta ПП_{(КР)} + \Delta ПП_{(УР)} \quad (5)$$

$$92-87 = 1055-1050-0-0$$

$$5 = 5$$

На основании таблицы 24, формулы 5и данных отчета о финансовых результатах установлено, что величина прибыли от продаж к концу 2020 года выросла на 5 тыс. руб. Положительное влияние оказали рост выручки от реализации (+1055 тыс. руб.) и отсутствие коммерческих и управленческих расходов. Отрицательно повлиял рост себестоимости на 1050 тыс. руб. В таблице 25 рассмотрим факторный анализ прибыли до налогообложения в сравнении 2020 года к 2019 году методом цепных подстановок.

Таблица 25 – Факторный анализ прибыли до налогообложения методом цепных подстановок, тыс. руб.

Фактор	Формула	Подстановк данных из отчетности	Результат
Прибыли до налогообложения 2019 г	Пр. от пр.2019 + Пр. д.2019 – Пр. р.2019	87+0-42	45
Изменение прибыли от продаж	Пр. от пр.2020 + Пр. д.2019 – Пр. р.2019	92+0-42	50
Изменение прочих доходов	Пр. от пр.2020 + Пр. д.2020 – Пр. р.2019	92+0-42	50
Изменение прочих расходов	Пр. от пр.2020 + Пр. д.2020 – Пр. р.2020	92+0-41	51
Влияние прибыли от продаж	50-45		5
Влияние прочих доходов	50-50		0
Влияние прочих расходов	51-50		1

$$\text{ПП}_1 - \text{ПП}_0 = \Delta\text{ПП} (\text{Пр. от пр.}) + \Delta\text{ПП} (\text{Пр. д.}) - \Delta\text{ПП} (\text{Пр. р.}) \quad (6)$$

$$51 - 45 = 5 + 0 + 1$$

$$6 = 6$$

Согласно факторному анализу прибыли (таблица 25), расчетам формулы 6, прирост прибыли до налогообложения: составил 6 тыс. руб. На изменение прибыли до налогообложения повлияло снижение прочих расходов на 1 тыс. руб., а прочие доходы отсутствуют.

Далее рассмотрим факторный анализ чистой прибыли в сравнении 2020 года к 2019 году методом цепных подстановок (таблица 26).

Таблица 26 – Факторный анализ чистой прибыли методом цепных подстановок, тыс. руб.

Фактор	Формула	Подстановка данных из отчетности	Результат
Чистая прибыль 2019 г.	Пр. до налобл.2019 – Нал2019	45-9	36
Изменение прибыли до налогообложения	Пр. до налобл.2020 – Нал2019	51-9	42
Изменение налога на прибыль	Пр. до налобл.2020 – Нал2020	51-10	41
Влияние прибыли до налогообложение	42-36		6
Влияние налога на прибыль	41-42		-1

Произведем расчет прироста чистой прибыли, формула 7.

$$ПП_1 - ПП_0 = \Delta ПП_{(Пр. от пр.)} + \Delta ПП_{(Пр. д)} - \Delta ПП_{(Пр. р.)} (7)$$

$$41 - 36 = 6 - 1$$

$$5 = 5$$

Согласно факторному анализу (таблица 26) и формуле 7, прирост чистой прибыли составил 5 тыс.руб. На изменение чистой прибыли повлиял рост текущего налога на прибыль на 1 тыс. руб.

По результатам факторного анализа отрицательное влияние на показатели прибыли имеет относительный рост себестоимости реализуемых транспортных услуг.

Вывод: Анализ показателей прибыли и рентабельности показал, что, несмотря на различную динамику показателей, компания вела активную деятельность и завершила год с прибылью. Прибыль до налогообложения в динамике выросла на 6 тыс. руб. или на 13,3%. На прибыль до налогообложения повлияли снижение прочих расходов, в динамике они сократились незначительно на 2,4% или на 1 тыс. руб. При этом их доля в прибыли до налогообложения сократилась с 93,3% в 2019 г. до 80,4% в 2019г. чистая прибыль к концу 2020 года в динамике выросла на 13,9%, при этом с ростом активов рентабельность активов сократилась на 56,8%%, и к концу 2020 года она составила 0,8%, т.е. 8 руб. ООО «АВТО ОЙЛ» получает с каждого рубля вложенного в активы. Также рост собственного капитала повлиял на сокращение рентабельности собственного капитала на 46,8% и к концу 2020 г составил 27%, это говорит о неэффективном использовании собственного капитала. Рентабельность продаж сократилась на 19,5%, и к концу 2020 г она составила 1,4%, т.е. 1,4 руб. прибыли приходится на ед. оказанных транспортных услуг.

Выводы по 2 главе

ООО «АВТО ОЙЛ» – коммерческая организация, которая специализируется на вспомогательной деятельности, связанной с перевозками. Проведенный анализ кадрового состава компании ООО «АВТО ОЙЛ» показал, что компания полностью укомплектована кадрами.

PEST-анализ выявил, что самую высокую угрозу для компании представляет экономика, рост налогов, уровень инфляции, уровень конкуренции в отрасли. Матрица – SWOT-анализа показала, что основными сильными сторонами ООО «АВТО ОЙЛ» являются: высококвалифицированный персонал, налаженные отношения с постоянными клиентами, высокое качество обслуживания, конкурентоспособные цены, развитая логистическая инфраструктура;

В результате критического анализа были выявлены следующие проблемы:

- резкий рост дебиторской задолженности;
- структура доли оборотных активов не способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств;
- активы компании неликвидны;
- темпы роста дебиторской и кредиторской задолженности значительно снижают деловую активность компании;
- основным собственным источником финансирования капитала являются заёмные средства;
- сокращение рентабельности собственного капитала на 27% и рентабельности продаж на 1,4% (1,4 руб.) к концу 2020 г.
- баланс неликвиден, компания финансово неустойчива;
- рост себестоимости реализуемых транспортных услуг.

Однако, следует отметить, что выручка ООО «АВТО ОЙЛ» выросла на 40,8% или на 1055 тыс. руб., причиной является рост объемов оказанных транспортных услуг, что является положительным аспектом в развитии

компании.

На основании данных факторов следует предложить мероприятия по снижению себестоимости, более эффективному управлению доходами и сокращению налога на прибыль.

ГЛАВА 3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ И ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ООО «АВТО ОЙЛ»

3.1 Направления оптимизации прибыли ООО «АВТО ОЙЛ»

Исследование экономической деятельности ООО «АВТО ОЙЛ» в ходе написания работы показало, что в компании не проводится анализ показателей доходности, что влечет за собой снижение конечного финансового результата организации, т.е. прибыли. В данной работе были рассмотрены и использованы следующие виды анализа:

- анализ состава и структуры отчета о финансовых результатах;
- анализ рентабельности;
- факторный анализ прибыли.

На основании исследования выявлены основные факторы, влияющие на формирование и распределение чистой прибыли, представленные на рисунке 18.

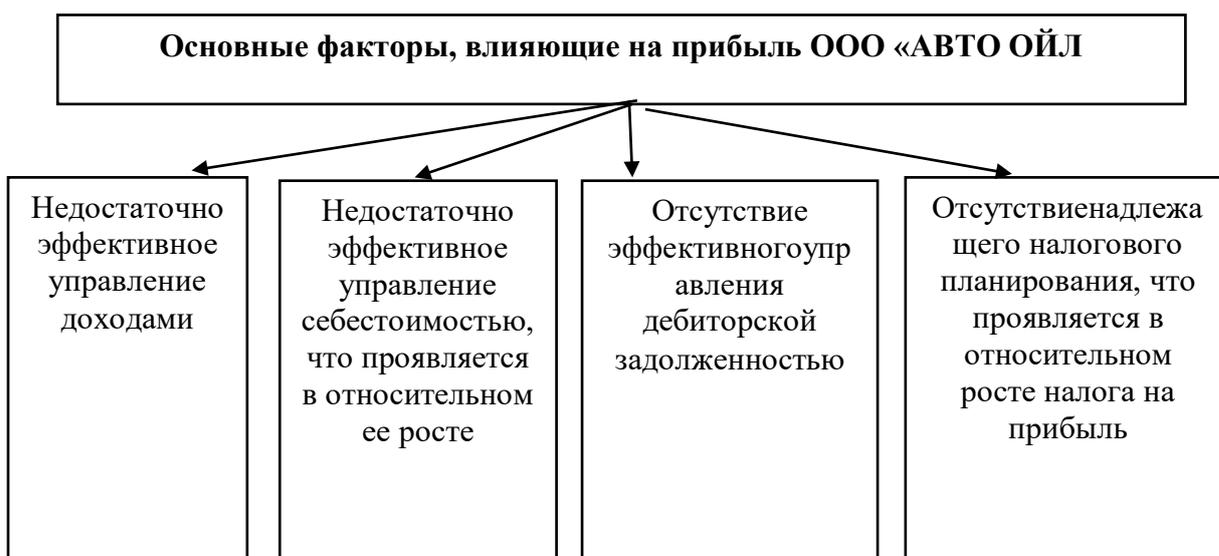


Рисунок 18 – Основные факторы, влияющие на прибыль ООО «АВТО ОЙЛ»

Для устранения факторов, представленных на рисунке 18, автором настоящего исследования предлагаются мероприятия, представленные в таблице 27.

Таблица 27–Проблемы и пути их разрешения

Проблемы	Мероприятия
Недостаточно эффективное управление доходами	Для увеличения показателя выручки предлагается привлечь новых заказчиков с помощью рекламы.
Недостаточно эффективное управление себестоимостью, что проявляется в относительном ее росте	Снижение себестоимости перевозок
Отсутствие эффективного управления дебиторской задолженностью	Применение факторинга. Приведет к снижению дебиторской задолженности и улучшению платежеспособности.
Отсутствие надлежащего налогового планирования, что проявляется в относительном росте налога на прибыль	Оптимизация налогового планирования посредством создания резерва по сомнительным долгам

Далее рассмотрим указанные мероприятия по оптимизации прибыли.

1. Мероприятия по увеличению роста доходов организации. Отметим, что для увеличения показателя выручки, начального показателя доходности ООО «АВТО ОЙЛ» необходимо привлечение дополнительных контрагентов. Как показывает практика финансово – хозяйственной деятельности, возможно рассмотрение специальных предложений, которые помогут привлечь заказчиков.

Еще одной рекомендацией для увеличения прибыли может служить проведение рекламных мероприятий. Проведение дополнительных рекламных мероприятий будет способствовать увеличению продаж компании и расширения рынка услуг, это, в свою очередь, увеличит темп прироста выручки и окажет влияние на увеличение валовой прибыли организации. Основные цели проведения новой рекламной кампании ООО «АВТО ОЙЛ» представлены в таблице 28.

Таблица 28 – Цели проведения рекламной компании ООО «АВТО ОЙЛ»

Цели рекламной кампании	Инструменты
Формирование имиджа ООО «АВТО ОЙЛ» в г. Санкт Петербургеи Ленинградской области	1. Наружная реклама - визуальный образ;
Информирование потенциальных клиентов о местонахождении ООО «АВТО ОЙЛ» в г. Санкт Петербурге	1. Размещение информационных материалов в газетах и журналах г. Санкт Петербурга и Ленинградской области; 2. Интернет-реклама - с переходом на сайт компании ООО «АВТО ОЙЛ» г. Санкт Петербург или отдельную страницу с подробным описанием; 3. Радио-реклама, 4. Директ-маркетинг – адресная рассылка клиентам
Стимулирование продаж	1. Рекламные баннеры, размещаемые на оживленных улицах и местах с высокой проходимостью; 2. Радио – характеризуется широким охватом, высокими «проникающими» способностями и высокой частотой контакта

На сегодняшний день существует большое количество компаний, использующих инструменты директ-маркетинга или прямого маркетинга. Использование этого инструмента во время различных рекламных кампаний позволит ООО «АВТО ОЙЛ» развивать коммуникации с заказчиками, принося пользу каждой стороне. Суть коммуникации заключается в ее двусторонней природе. Используя этот инструмент, компания не только обращается к потенциальным клиентам, но и устанавливает с ними так называемую обратную связь, получая, таким образом, ответы на их предложения.

Содержание мероприятий директ-маркетинга сводится к непосредственному контакту с клиентом с помощью использования различных типов инструментов: курьерская доставка, электронная почта, рассылка факсов и телемаркетинг. Схема этих мероприятий следующая:

- развивается определенная клиентская база для отправки писем с пожеланием сотрудничества между компаниями;
- осуществляется рассылка корреспонденции по наработанным адресам;
- осуществляется обзвон клиентов, которым была доставлена посланная корреспонденция;

– организация встреч с клиентами, заинтересованными в товарах компании.

Чтобы внедрить в ООО «АВТО ОЙЛ» инструменты директ-маркетинга, потребуются расходы, связанные с приобретением клиентской базы и стоимостью рассылки. Проведение данной акции для потенциальных клиентов оценивается следующим образом:

– среднерыночная стоимость отправки одной почтовой корреспонденции 17,70 руб.;

– среднерыночная стоимость упаковки белых конвертов формата 110/220, 1000 шт./кор.) составляет 1539 руб., т.е. 1 руб. 54 коп. за 1 шт.;

– среднерыночная цена упаковки бумаги А4 (210x297, 500 шт./уп.) составляет 250 руб., т.е. 0,5 руб. (50 коп. за 1 шт.)

Рассчитаем общие расходы на одну рассылку $17,70 + 1,54 + 0,5 = 19,74$ руб. ≈ 20 руб.

Согласно сайту «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства», в Ленинградской области насчитывается 1750 организаций потенциальных клиентов, следовательно, расходы составят 35000 руб. ($1750 * 20$ руб.) или 35 тыс. руб.

Финансирование рекламы планируется из чистой прибыли ООО «АВТО ОЙЛ». Для обоснования целесообразности реализации рекламной кампании ООО «АВТО ОЙЛ» необходимо произвести оценку экономической эффективности проекта. Состав экспертов включает в себя генерального директора компании, главного бухгалтера и начальника транспортного отдела. Ожидаемый результат по оценкам трех экспертов рассчитывается по формуле 8:

$$ТОЖ = (ТО + 4ТНВ + ТП) / 6, \quad (8)$$

где ТО – оптимистическая оценка показателя;

ТП – пессимистическая оценка,

ТНВ – наиболее вероятная (средняя по значению) оценка показателя.

Экспертная оценка увеличения выручки посредством рекламы

представлена в таблице 29.

Таблица 29 – Экспертная оценка увеличения выручки по средствам рекламы ООО «АВТО ОЙЛ» (максимальный % – 10, минимальный – 0)

Наименование показателя	Оценка эксперта, %			Ожидаемый результат, %
	Директор	Начальник транспортного отдела	Бухгалтер	
Выручка от продаж	9	8	7	8

Таким образом, дополнительная выручка составит 291 тыс. руб. (3638 тыс. руб. (выручка 2021 г.) * 8%).

Следует отметить, что если бы в оценке участвовало больше экспертов, то она была бы более репрезентативной.

2. Мероприятия по оптимизации себестоимости услуг организации. Предлагается снижение себестоимости перевозок, которые могут быть уменьшены за счет:

- устранения нерациональных перевозок грузов;
- уменьшения коэффициента порожнего пробега подвижного состава;
- внедрения прогрессивных норм погрузки-выгрузки;
- механизации погрузочно-разгрузочных работ;
- повышения эффективности материальных ресурсов;
- внедрения прогрессивных норм расхода горюче-смазочных материалов.

В таблицу 30 сведем предложения по снижению себестоимости перевозок и оценим их эффект.

Таблица 30 – Оценка предложений по снижению себестоимости перевозок и их экономический эффект, в. руб.

Наименование предложения	Характеристика затрат в год	Дополнительная выручка в год	Экономический эффект
Устранение нерациональных перевозок грузов	Сокращение дальности перевозок – 70000	80000	10000

Уменьшение коэффициента порожнего пробега подвижного состава	Правильная укладка груза, выгрузка груза непосредственно с транспортного средства –50000	59000	9000
--	--	-------	------

Продолжение таблицы 30

Внедрение прогрессивных норм погрузки-выгрузки	Обеспечение технически возможной загрузки транспортных средств – 40000	45000	5000
Механизация погрузочно-разгрузочных работ	Внедрение съемных манипуляторов при погрузке и разгрузке товаров – 80000	85000	5000
Повышение эффективности материальных ресурсов	Перевод транспортных средств с дис.топлива на газ – 360000	387000	27000
Внедрение прогрессивных норм расхода горюче-смазочных материалов	Сокращение простоев транспортных средств – 40000	50000	10000
Итого:	640000	706000	66000

Согласно таблице, минимальный экономический эффект от предложений по снижению себестоимости составит 66 тыс. руб. Очевидно, что по мере внедрения этих мероприятий будет возрастать прибыль предприятия. В 2022 году ожидается, что экономический эффект от разработанных мероприятий вырастет в несколько раз.

3. Управление дебиторской задолженностью. Предлагается внедрить факторинг.

Суть данного современного и удобного финансового инструмента состоит в следующем. Предприятию ООО «АВТО ОЙЛ» необходимо обратиться в банк, который имеет факторинговое отделение, лучше если это будет тот же банк, где у данного предприятия открыт текущий расчетный счет. В этом случае у банка будет возможность просматривать все движения по счету. У ООО «АВТО ОЙЛ» счет открыт в ПАО «Сбербанк».

После тщательной проверки финансового состояния, которое подтвердит необходимость применения указанного финансового инструмента и проверки контрагентов, банк дает согласие и подписывает с ООО «АВТО ОЙЛ» договор о сотрудничестве, где будут указаны все детали и условия, в частности, размер возмещаемой суммы выставленному

счету в день сделки (это может быть от 70 до 90%), проценты по факторинговому займу (как правило, немного выше процентов по краткосрочному кредиту, так как в данном случае включается фактор риска), величина банковского вознаграждения (до 1%) и прочее. Также прописываются штрафные санкции при нарушении условий данного договора.

После оказания услуг ООО «АВТО ОЙЛ» на условиях поставщика в сфере госзакупок высылает банку копию договора о сделке и счета-фактуры, и в тот же день получает на счет своего реннуну в процентах сумму. Как было указано, она, как правило, находится в пределах от 70% по более рисковым до 90% по менее рисковым операциям. Покупатель услуги (в нашем случае это государственная организация) через месяц перечисляет деньги по сделке (но уже не на счет ООО «АВТО ОЙЛ», а на счет факторингового отделения банка). После этого банк производит расчеты и, удержав свое вознаграждение, перечисляет оставшуюся сумму на счет ООО «АВТО ОЙЛ». Данный инструмент действительно выгоден, так как исслеваемое предприятие практически полностью стоимость сделки будет получать сразу, в день, когда состоялась эта сделка. При этом выгодные отношения с такими важными покупателями будут сохранены.

Новую систему управления дебиторской задолженности в ООО «АВТО ОЙЛ» можно представить в виде схемы, рисунок 1.

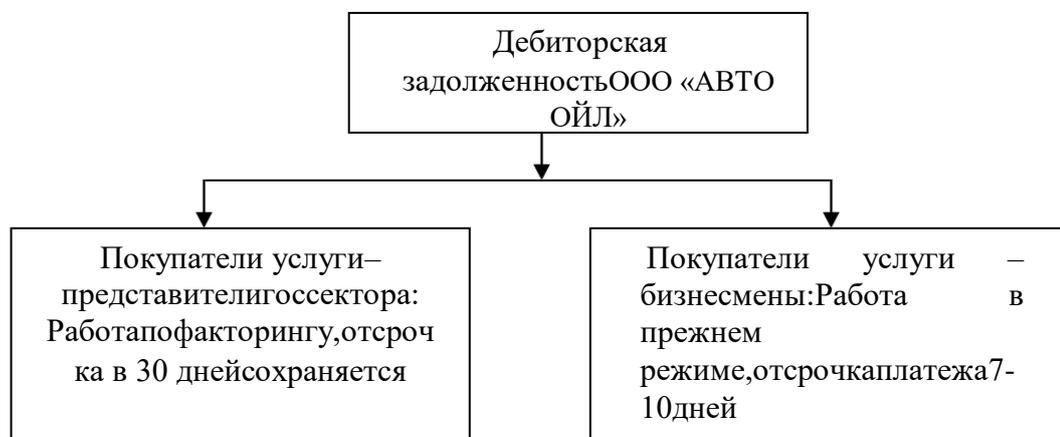


Рисунок 19 – Новая схема управления дебиторской задолженностью в ООО «АВТО ОЙЛ»

Таким образом, величина дебиторской задолженности, образуемой вследствие сотрудничества с выгодными покупателями, в исследуемом предприятии сократится, а ООО «АВТО ОЙЛ» станет более платежеспособным. Оценим применение факторинга при сделках ООО «АВТО ОЙЛ» с госучреждениями на основе следующих данных:

– сумма сделки по счету-фактуре ООО «АВТО ОЙЛ» составляет 60 000руб.;

– объем выдаваемой банком-фактором ссуды, от суммы счета– фактуры составит 85%;

– размер комиссионного вознаграждения банку 1,0%;

– размер кредитной ставки по факторингу составляет 13,0%.

В случае применения факторинга ООО «АВТО ОЙЛ» в день сделки получит на расчетный счет: $60000 \times 85\% = 51000$ руб.

Через месяц, после оплаты счета госслужащими, с суммы, равной 9 000руб. (60000–51000), будут удержаны проценты за предоставление денежных средств и комиссионное вознаграждение банку:

$60000 \times 13\% : 12 \text{ мес.} = 650$ руб. – проценты за предоставление денежных средств в кредит в течение месяца;

$60000 \times 1\% = 600$ руб. – вознаграждение банку–фактору;

$9\ 000 - 650 - 600 = 7\ 750$ руб. – остаток денежных средств, которые поступят на счет ООО «АВТО ОЙЛ» через месяц.

Величина денежных средств, которую получит ООО «АВТО ОЙЛ» при осуществлении факторинговой сделки, равна:

$51\ 000 + 7\ 750 = 58\ 750$ руб.

Соответственно, ООО «АВТО ОЙЛ» будет нести потерю в размере 2,08% (для данного случая), но у предприятия появится возможность не ожидать длительное время оплаты, а полученные 85% денежных средств от сделки использовать как оборотные средства. Это приведет к росту деловой активности и прибыльности, следовательно, к усилению конкурентоспособности.

Таким образом, было подтверждено, что факторинг имеет свои неоспоримые достоинства и может быть рекомендован исследуемой организации для снижения дебиторской задолженности и улучшения платежеспособности, экономический эффект от которых планируется получить в следующем периоде.

4. Мероприятие по оптимизации налогового планирования. Для совершенствования налогового учета предлагается создание резерва по сомнительным долгам в целях экономии по налогу на прибыль. Также следует внести изменения в учетную политику в целях налогообложения. Сомнительная задолженность для ООО «АВТО ОЙЛ» – это задолженность клиента, которому уже оказаны транспортные услуги по договору, а оплата им еще не произведена в полном объеме и в указанный срок. Для создания резерва по сомнительным долгам нужно проанализировать дебиторскую задолженность в соответствии с законодательством РФ.

Существуют разные сроки возникновения, следовательно, и задолженность является разной по количеству дней:

- со сроком возникновения свыше 90 календарных дней;
- со сроком возникновения от 45 до 90 календарных дней;
- со сроком возникновения до 45 календарных дней.

Понятие срока возникновения задолженности определяет следующее – это срок, в который она должна быть, но не была погашена. В НК РФ указана полнота объема использования сроков задолженности, на основании которой в резерв по сомнительным долгам включаются суммы со сроком задолженности:

- более 90 дней;
- от 45 до 90 дней (в размере 50% – суммы со сроком задолженности);
- менее 45 дней, суммы не входят в состав резерва по сомнительным долгам. Чтобы рассчитать предельный размер предлагаемого резерва, представим таблицу дебиторов со сроками и суммами задолженности (таблица 31).

Таблица 31– Дебиторская задолженность на 31.12.2020г. ООО «АВТО ОЙЛ»

Наименование контрагента	Дни	Сумма дебиторской задолженности, тыс. руб.
ООО «Электро лэнд»	96	201
ООО «Альми»	63	318
ООО «В20»	32	1984,6
ЗАО «Заречье»	43	2502,4
Итого:	-	5006

Согласно таблице, сумма задолженности со сроком менее 45 дней составила 4487 тыс. руб. (1984,6+2502,4), от 45 до 90 календарных дней равна 318 тыс. руб., т.е. в резерв по сомнительным долгам нужно включить 159 тыс. руб. (318 / 2). А также более 90 дней включаем полную сумму, а именно 201 тыс. руб.

Общая сумма резерва за 2020 год составляет 360 тыс. руб. (159+201).

Согласно законодательству, резерв по сомнительным долгам составляет 10% от выручки, на основании этого рассмотрим порядок формирования резерва по сомнительным долгам по выручке от оказания транспортных услуг налогового периода, таблица 32.

Таблица 32–Формирование резерва по сомнительным долгам по выручке от оказания транспортных услуг

Показатели	2020 г.
Выручка от оказания транспортных услуг налогового периода, тыс. руб.	3638
Предельный размер резерва, тыс. руб.	364
Общая сумма, включаемая в резерв, тыс. руб.	364

Согласно таблице, за анализируемый период суммы, включаемые в резерв по сомнительным долгам, не превышали его предельного размера. Соответственно, создание резерва по сомнительным долгам позволило бы сократить обязательства организации перед бюджетом по уплате налога на прибыль с сумм неполученной прибыли в 2020 г. на 364 тыс.руб.

Порядок заполнения табличной части расчета резерва по сомнительным долгам представлен в приложении 3.

Далее следует оценить экономическую эффективность предлагаемых направлений совершенствования деятельности компании. Реализация

предлагаемых мероприятий приведет к получению дополнительной прибыли ООО «АВТО ОЙЛ». Влияние предлагаемых мероприятий на показатели деятельности представлены в таблице 33.

Таблица 33–Влияние разработанных мероприятий на показатели деятельности ООО «АВТО ОЙЛ»

Показатели	Прогноз без учета рекомендаций за 2020 г.	Прогноз с учетом рекомендаций на 2021 г.	Абсол. Отк. (+,-)	Темп роста, %
Выручка, тыс. руб.	3638	4359	721	119,8
Себестоимость продаж, тыс. руб.	3546	3570	24	100,7
Затраты на 1 руб. выручки, руб.	0,97	0,82	-0,15	84,0
Валовая прибыль, тыс. руб.	92	789	697	857,6
Коммерческие расходы, тыс. руб.	0	35	35	
Прибыль от продаж, тыс. руб.	92	754	662	819,6
Прочие расходы, тыс. руб.	41	43	2	104,9
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	51	711	660	1394,1
Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	10	142	132	1422,0
Чистая прибыль, тыс. руб.	41	569	528	1387,3
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб., в т. ч.	5034	4670	-364	92,8
- дебиторская задолженность, тыс. руб.	5006	4642	-364	92,7
Коэффициент оборачиваемости, оборотов	0,72	0,93	0,21	129,2
Продолжительность оборачиваемости оборотных средств в днях	498	386	-112	77,4
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	1,1	13,0	11,9	

В результате предлагаемых мероприятий и пересчета показателей ООО «АВТО ОЙЛ» может получить дополнительную выручку в размере 721 тыс. руб. и ее темп роста составит 19,8%, при этом себестоимость вырастет на 0,7%, за счет роста ФОТ, что приведет к сокращению затрат на 1 руб. на 15 коп. Валовая прибыль вырастет практически в 8,5 раз. За счет рекламы коммерческие расходы увеличатся на 35 тыс. руб. Прибыль от продаж вырастет в 8 раз. Прочие доходы отсутствуют. Прочие расходы в динамике увеличатся на 5%.

Все представленные изменения привели к росту прибыли до налогообложения в 14 раз. Среднегодовая стоимость оборотных средств может

сократиться на 7,2%, за счет дебиторской задолженности на 7,3%. Коэффициент оборачиваемости увеличится на 0,2, что приведет к сокращению периода оборачиваемости оборотных средств на 112 дней. Рентабельность продаж вырастет на 11,9%.

Результаты анализа свидетельствуют о том, что увеличение выручки и снижение затрат существенно повлияют на положительную динамику чистой прибыли ООО «АВТО ОЙЛ». В данном случае чистая прибыль вырастет в 14 раз, что подтверждает экономическую эффективность предлагаемых автором настоящего исследования мероприятий и целесообразность их реализации.

Выводы по 3 главе

В ходе исследования были выявлены основные факторы, влияющие на прибыль ООО «АВТО ОЙЛ», а именно:

- недостаточно эффективное управление доходами;
- недостаточно эффективное управление себестоимостью, что проявляется в относительном ее росте;
- отсутствиенадлежащего налогового планирования, что проявляется в относительном росте налога на прибыль.

Для решения выявленных проблем автором настоящего исследования предложены мероприятия направленные на:

- увеличение роста доходов организации;
- оптимизацию себестоимости компании;
- внедрение факторинга;
- оптимизацию налогового планирования.

Реализация предлагаемых мероприятий выявила высокую эффективность разработанных предложений. Внедрение данных предложений позволит руководству организации принять правильное стратегическое решение по развитию организации, а также повысить финансовую привлекательность среди конкурентов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе написания работы была достигнута цель – произведен анализ формирования прибыли организации, разработаны и обоснованы рекомендации по совершенствованию управления ею.

В соответствии с поставленной целью были решены задачи:

- рассмотрены теоретические аспекты анализа прибыли, направления и резервы ее роста;
- исследована организационно-экономическая характеристика ООО «АВТО ОЙЛ»;
- проанализирована прибыль и рентабельность на примере ООО «АВТО ОЙЛ»;
- разработаны мероприятия по оптимизации прибыли и повышения рентабельности деятельности ООО «АВТО ОЙЛ».

В ходе исследования в рамках первой главы определено, что:

- методические подходы к формированию показателей прибыли основываются на трех важных этапах, таких как: анализ выполнения плана финансовых результатов, факторный анализ прибыли, оценка эффективности использования чистой прибыли;
- в российской практике наиболее часто используются две области, в которые можно направить чистую прибыль предприятия: накопление резервов организации, рост имущества; расходование средств на конкретные нужды;
- управление прибылью – это сложный процесс, требующий комплексной работы и всесторонней оценки огромного количества факторов, как прямо, так и косвенно влияющих на организацию;
- финансовый результат в зарубежных странах определяется не только как разница, которая имеется между доходами и расходами предприятия, но еще и как прирост собственного капитала и прирост чистых активов.

Во 2 главе в результате критического анализа было выявлено, что ООО «АВТО ОЙЛ» коммерческая организация, которая специализируется на

вспомогательной деятельности, связанной с перевозками. Также компания проводит различного рода техническое обслуживание, ремонты и взаимодействует с другими компаниями по роду деятельности.

Анализ основных показателей деятельности ООО «АВТО ОЙЛ» показал, что выручка в 2020 году выросла на 40,8% , причиной стал рост объемов оказанных транспортных услуг. Наибольшую долю в выручке занимает себестоимость, которая в абсолютном выражении выросла на 42,1%. Несмотря на различную динамику показателей, компания вела активную деятельность и сработала с прибылью.

Факторный анализ показал, что отрицательное влияние на показатели прибыли имеет относительный рост себестоимости реализуемых транспортных услуг. Отрицательная динамика сальдо прочих расходов, а также увеличение доли налога на прибыль в общем объеме выручки. На основании данных факторов, были предложены мероприятия по снижению себестоимости, по эффективному управлению доходами, внедрению факторинга и сокращения налога на прибыль. Для оптимизации управления прибылью автором настоящего исследования было предложено:

1)увеличить прибыль за счет рекламных мероприятий. Рекламный бюджет ООО «АВТО ОЙЛ» на проведение рекламной кампании в рамках увеличения прибыли, рассчитан на 35 тыс. руб. Экономический эффект составит 291 тыс.руб.;

2)оптимизироватьсебестоимость услуг организации. Экономический эффект от оптимизации составит 66 тыс.руб.;

3)внедрить факторинг, который позволит снизить дебиторскую задолженность и улучшить платежеспособность уже в 2021 году;

4) улучшить практику распределения и использования прибыли за счет создания резервного фонда по сомнительным долгам. Соответственно создание резерва по сомнительным долгам позволило бы сократить обязательства компании перед бюджетом по уплате налога на прибыль с сумм неполученной прибыли в 2020 г. на 364 тыс.руб.

В результате предлагаемых мероприятий и пересчета показателей ООО «АВТО ОЙЛ» получит дополнительную выручку в размере 721 тыс. руб. и ее темп роста составит 19,8%, Все представленные изменения приведут к росту прибыли до налогообложения в 14 раз. Разработанные предложения позволят увеличить выручку и снизить затраты, которые существенно повлияют на положительную динамику чистой прибыли ООО «АВТО ОЙЛ».

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 (с изм. от 01.07.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=377956>. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.04.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/9027703>. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 23.11.2020 г.) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901714421>. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
5. Балабанов А.М. [Текст]: Основы финансового анализа. Как управлять капиталом? / А.М. Балабанов. – М.: ЮНИТИ, 2017. – 417 с.
6. Бланк И.А. [Текст]: «Управление прибылью» / И.А. Бланк. – 3-е изд., перераб. – Киев: Ника-Центр, 2019. – 768с.
7. Бердников А.А. [Текст]: Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект // Молодой ученый. –2018. –№2. –С.111-113.
8. Борисова О.В. [Текст]: Корпоративные финансы / О.В. Борисова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 519с.
9. Булатов А.С. [Текст]: Экономика предприятия / А.С. Булатов. – М.: Альпина Бук, 2018. – 369с.
10. Бурлака Е.В. [Текст]: Анализ рентабельности деятельности предприятия / Е.В. Бурлака // Молодой ученый. –2017. –№12. –С.243-245.

11. Верникова А.А. [Текст]: Планирование и анализ / А.А. Верникова. – М.: ИНФРА, 2017. – 445с.
12. Горбачева Л.А. [Текст]: «Анализ прибыли и рентабельности» / Л. А. Горбачева. – М.: Экономика, 2017. – 137с.
13. Горленко О.А. [Текст]: Финансовые методы управления прибылью / О.А. Горленко // Международный Научный Институт «Educatio». Ежемесячный научный журнал, 2014. – № 5. – С. 77-82.
14. Григорьева Т.И. [Текст]: Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник. 3-е изд., пер. и доп. /Т.И. Григорьева. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 486с.
15. Грищенко О.В. [Текст]: Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / О. В. Грищенко // Учебное пособие. – М.: Омега – Л, 2014. – 112с.
16. Донцова Л.В. [Текст]: Анализ финансовой отчетности: учебник / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2017. – 368с.
17. Ефимова О.В. [Текст]: Финансовый анализ / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2018. – 218 с.
18. Ещенко Е.С. [Текст]: Показатели прибыли и рентабельности и их влияние на финансово-хозяйственную деятельность субъектов экономики // Молодой ученый. –2018. –№9.2. –С.21-23.
19. Жилкина А.Н. [Текст]: Финансовый анализ / А.Н. Жилкина. – Люберцы: Юрайт, 2017. – 285с.
20. Загней М.К., Букина О.В. [Текст]: Методы определения доходов и расходов от реализации продукции (работ, услуг) / Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. Сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции. – 2018. – С.21-28.
21. Заров К.Г. [Текст]: Обобщенный анализ возможностей повышение прибыли коммерческого предприятия / К.Г. Заров // Финансовый менеджмент.

2014. – № 1. – С. 3-8.

22. Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. [Текст]: Финансовый анализ: учебник / А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева. – М.: ТК Велби; Изд-во «Проспект», 2017. – 624 с.

23. Ивлева Г.С. [Текст]: Инновационные методы расчетов доходов и расходов в организации / Г.С. Ивлева // Вектор экономики. – 2018. – № 2 (12). – С. 9

24. Калмыкова Я.Н. [Текст]: Сущность прибыли и пути ее повышения на предприятии. Международный Научный Институт «Educatio». Ежемесячный научный журнал № 11 (74) 2017 - № 8 – С.241-281.

25. Караева Ф.Е. [Текст]: Максимизация прибыли как один из факторов конкурентной борьбы хозяйственного субъекта // Эконом. анализ. 2015. № 22. С.48-53.

26. Ковалев В.В. [Текст]: Анализ баланса, или как понимать баланс: учеб. практ. пособие / В. В. Ковалев, Ковалев Вит. В. - М.: Проспект, 2017. – 448с.

27. Ковалев В.В., Волкова О.Н. [Текст]: Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник. – М.: ООО «ТК Велби», 2015. – 512с.

28. Козлова Е.П. [Текст]: Бухгалтерский учет и анализ / Е.П. Козлова. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 607с.

29. Крейнина М.Н. [Текст]: Финансовое состояние предприятия. Методы оценки /М.Н. Крейнина. – М.: Статус Кво 97, 2016. – 109с.

30. Курчина Л.А. [Текст]: Анализ финансовой деятельности с помощью коэффициентов / Л.А. Курчина // Бухгалтерский учет, 2017. – № 6. – С. 32-34.

31. Кусый М.Ю. [Текст]: Управление прибылью субъекта хозяйствования / М.Ю. Кусый, А.Р. Науменко // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2015. –№ 3 (32). – С.48-54.

32. Миляева Л.Г. [Текст]: Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Практикоориентированный подход: учебное пособие / Л.Г. Миляева. –М.: КноРус, 2019. –190с.

33. Мишин Р.А., Кожанчикова Н.Ю. [Текст]: Оценка и пути повышения

прибыли предприятия / Р.А. Мишин, Н.Ю. Кожанчикова // Молодой ученый. – 2018. – №12.5. – С. 54-58.

34. Одинцов В.А. [Текст]: Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / В.А. Одинцов. – М.: Издательский центр «Академия», 2018. – 256 с.

35. Павлова Д.Н. Факторный анализ прибыли АО «Областной аптечный склад» // Бизнес и общество: электронный журн. – 2017. – № 2 (14).– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://business-society.ru/2017/num-2-14/5_pavlova.pdf. – На рус. яз.

36. Поляк Г.Б. [Текст]: Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / под ред. Г. Б. Поляка, Н.Г. Сычев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 456с.

37. Руденко Л.Г. [Текст]: Планирование и проектирование организаций: Учебник для бакалавров/Л. Г. Руденко. – М. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 240 с.

38. Савицкая Г.В. [Текст]: Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2015. – 498 с.

39. Сергушина, Е.С. [Текст]: Учет и анализ затрат и их связь с калькулированием себестоимости продукции промышленного предприятия / Е.С. Сергушина, Н.Ю. Солдатова // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2016. – № 2 – 1 (64). – С. 152.

40. Суйц В.П. [Текст]: Комплексный экономический анализ: Учебник / А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. – 6-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 352 с.

41. Фомина, Ю.В. [Текст]: Способы сокращения издержек и увеличения прибыли в российских компаниях / Ю.В. Фомина // Новая наука: От идеи к результату. – 2019. – № 1-1. – С. 157-159.

42. Минаков И.А. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК [Электронный ресурс]: учебник / И. А. Минаков. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Лань, 2020. – 404 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/136186>. – На рус. яз.

43. ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (2019). Индекс цифровизации бизнеса // Информационный бюллетень. Сер. «Цифровая экономика». 2018. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <<https://issek.hse.ru/news/244878024.html>>. – На рус. яз.

Продолжение приложения 3

3. Расчет суммы резерва за месяц

Группа	Выручка от реализации	Сумма отчислений в резерв	Остаток резерва на начало месяца	Сумма отчислений в резерв за месяц	Использовано резерва за месяц
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					
Итого					

4. Расчет постоянной разницы

Наименование показателя	Код стр.	Сумма
Сумма отчислений в резерв за месяц	010	
Сумма резерва в бухгалтерском учете	020	
Постоянная разница	030	
Ставка налога на прибыль	040	20%
Постоянное налоговое обязательство (актив)	050	

Бухгалтерская проводка

Дебет		Кредит		Сумма
Счет, субсчет	Код аналитического учета	Счет, субсчет	Код аналитического учета	
99		68		

Расчет составили:

_____ (должность) _____ (подпись) _____ (расшифровка)
 «__» _____ 20__ г.

Расчет проверил:

_____ (должность) _____ (подпись) _____ (расшифровка)
 «__» _____ 20__ г.

В ведомости налогового учета расходов суммы отразил:

_____ (должность) _____ (подпись) _____ (расшифровка)
 «__» _____ 20__ г.

Проводку составил:

_____ (должность) _____ (подпись) _____ (расшифровка)
 «__» _____ 20__ г.

В регистре за _____ месяц 20__ г. суммы отразил:

_____ (должность) _____ (подпись) _____ (расшифровка)
 «__» _____ 20__ г.

