



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
филиал в г.Туапсе  
Кафедра «Экономики и управления»

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
(квалификация – бакалавр)

На тему «Финансовый анализ формирования и использования прибыли предприятия и пути ее повышения (на примере ООО «СК-Медфарм» г.Туапсе)»

Исполнитель Коростеленко Максим Сергеевич

Руководитель к.э.н., Яйли Дмитрий Ервантович

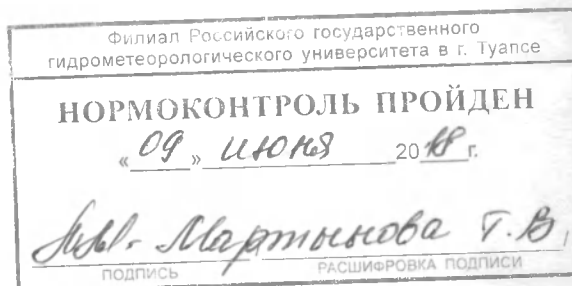
«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

доктор экономических наук, профессор

Темиров Денилбек Султангириевич

«09» июня 2018 г.



Туапсе

2018



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
филиал в г. Туапсе  
Кафедра «Экономики и управления»

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
(квалификация – бакалавр)

На тему «Финансовый анализ формирования и использования прибыли предприятия и пути ее повышения (на примере ООО «СК-Медфарм»)»

Исполнитель Коростеленко Максим Сергеевич

Руководитель к.э.н., Яйли Дмитрий Ервантович

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

доктор экономических наук, профессор  
Темиров Денилбек Султангириевич

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Туапсе  
2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1 Теоретические и методические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия .....</b>	<b>7</b>
1.1 Понятие, сущность и значение прибыли как экономической категории	7
1.2 Основные подходы, применяемые к оценке финансовых результатов деятельности предприятия .....	11
1.3 Особенности оценки формирования и распределения прибыли на предприятии малого бизнеса .....	15
<b>Глава 2 Анализ и оценка формирования, распределения и использования прибыли в ООО «СК-Медфарм» г.Туапсе.....</b>	<b>21</b>
2.1 Организационно – экономическая характеристика исследуемого объекта.....	21
2.2 Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности.....	26
ООО «СК-Медфарм» .....	26
2.3 Анализ и оценка формирования и использования прибыли на предприятии.....	31
<b>Глава 3 Пути увеличения прибыли в ООО «СК-Медфарм» г.Туапсе .....</b>	<b>42</b>
<b>Заключение.....</b>	<b>54</b>
<b>Список использованной литературы.....</b>	<b>59</b>

## Введение

Фармацевтический рынок РФ, в полной мере отражает общую экономическую тенденцию развития страны в целом. В принципе его можно квалифицировать как динамический, на котором постоянно возникают новые игроки самого разного уровня. Растущая конкуренция диктует необходимость в постоянном движении в направлении формирования лояльности конечного потребителя, при этом формирование этого ключевого фактора зависит не от одного специалиста, а от всей команды организации.

В настоящий момент аптечную организацию, как впрочем, и любой другой бизнес объект воспринимают как один единый организм или команду, которая функционирует как одно целое. Т.е. в положительном результате работы, а это получение максимальной прибыли, заинтересован, прежде всего, весь коллектив организации, а не только его руководители.

Знания в этой области позволяют специалистам фармацевтических организаций максимально удовлетворять потребности населения в медикаментах и товарах медицинского назначения, а также создавать оптимальные условия обслуживания клиентов, формируя у них лояльное отношение к аптечной сети.

Большое значение в работе с потребителями медицинских и фармацевтических товаров и услуг придается исследованиям рынка, потребительского поведения, изучению предпочтений при выборе товара, факторам, влияющим на принятие решения о покупке и в конечном этапе – оценка финансовых результатов его деятельности. Оценка финансового состояния фактически сводится к анализу финансовой деятельности предприятия. Анализ – одна из общих функций управления экономическими системами, значимость, которой не подвержена влиянию времени, и вряд ли может быть переоценена. В той или иной степени анализом занимаются все, кто имеет хоть малейшее отношение к деятельности хозяйствующих субъектов [4,с.167].

Финансы предприятия следует трактовать, как его кровеносную систему. Насколько хорошо функционирует эта система, настолько жизнеспособно предприятие. Совокупность аналитических процедур, позволяющих принимать решения финансового характера в отношении некоторого субъекта хозяйствования, и может быть поименована финансовым анализом в широком смысле. Организация финансовых потоков и управление ими зависят от многих факторов; в их числе: тип бизнеса, размеры предприятия, его организационная структура управления и др.

Действующим законодательством России предусмотрено создание различных типов хозяйствующих субъектов, организационно-правовая форма которых накладывает определенный отпечаток и на принципы управления финансами в том или ином случае. Учитывая такие важные свойства финансовой отчетности, как регулярность составления, известность ее основных показателей, определенность алгоритмов и правил составления, наличие подтверждения первичными документами можно сказать, что бухгалтерская (финансовая) отчетность в условиях рынка становится практически единственно достоверным средством коммуникации. Кроме всего прочего достоверность данных отчетности предприятий определенных форм собственности подтверждена независимыми экспертами (аудиторами) и отчетность относится к документам, подлежащим хранению в течение определенного и достаточно длительного срока, поэтому с ее помощью можно получить представление о финансовой истории предприятия. Именно поэтому тема является **актуальной**, так как в условиях рыночной экономики необходимо владеть знаниями в области финансовой оценки и уметь применить их на практике. Кроме того, своевременное выявление негативных тенденций в финансово-хозяйственной деятельности предприятия дает возможность руководству предпринять определенные действия, чтобы не допустить банкротства.

**Объектом исследования** было выбрано ООО «СК-Медфарм» в г.Туапсе, которое основано в целях предоставления услуг торговли аптечными товарами,

удовлетворения потребности рынка в непродовольственных товарах и извлечения прибыли. **Предметом** – финансовая деятельность предприятия.

**Цель данной работы** – проанализировать основные направления формирования, распределения и использования прибыли предприятия. Для достижения поставленной цели необходимо решить **следующие задачи**:

- изучить сущность, понятие и значение прибыли как экономической категории;
- рассмотреть порядок распределения прибыли;
- изучить важнейшие показатели финансового состояния предприятия сферы малого бизнеса;
- рассмотреть применение финансовой отчетности для оценки предприятия;
- предложить пути увеличения прибыли на предприятии.

Цели и задачи определили **структуру выпускной квалификационной работы**. Во введении определены цели и задачи работы, освещена актуальность выпускной квалификационной работы. В первой главе рассмотрены теоретические вопросы касательно сущности прибыли и ее основных видов. Вторая глава охватывает анализ формирования, распределения и использования прибыли на ООО «СК-Медфарм». В третьей главе рассмотрены пути увеличения прибыли на предприятии.

**Теоретической и методической основой** написания выпускной квалификационной работы использовались труды таких авторов, как М.С. Абрютин, И.С.Аглицкий, И.А.Бланк, Ю.Г.Воропаев, В.В.Ковалев, М.И. Крейнина, Д.А.Панков, Ю.В. Радченко, Р.Кох, Л.В. Прыкина, Я.В.Соколов, А.Д. Шеремет, Р.С.Сайфуллин, Н.Н.Селезнева, Е.И.Шохин, Г.Б.Юн, Н.Г. Хайруллина.

**Информационной основой** для написания работы стали регламентирующие и отчетные документы предприятия за последние три года.

Объем работы изложен на 60 листах и включает 9 таблиц, 5 рисунков и 6 формул.

# **Глава 1 Теоретические и методические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия**

## **1.1 Понятие, сущность и значение прибыли как экономической категории**

В учебниках и научных статьях категория «прибыль» неразрывно связывается с категорией дохода, капитала, процента, воздержания, ожидания и многими другими. В практическом же плане прибыль не представляет никакого секрета и во всех странах с рыночной экономикой ее количественная величина определяется как разница между общей выручкой от реализации товаров и услуг и совокупными издержками. В теоретическом плане мы снова вынуждены рассмотреть два подхода к оценке экономической природы прибыли [1, с.71].

К. Маркс в «Капитале» определил прибыль как превращенную форму прибавочной стоимости. Последняя по Марксу представляет собой неоплаченный прибавочный труд наемного рабочего, занятого в сфере материального производства. Рабочий своим трудом создает стоимость большую, чем стоит его рабочая сила. Эта разница привлекает капиталиста и ради нее он развивает свою бурную деятельность [2, с.19].

Именно прибыль является основным источником средств динамично развивающегося предприятия. Мотивацией деятельности юридического лица любой организационно-правой формы как участника гражданско-правового оборота признается извлечение экономической выгоды в виде систематического получения прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг в установленном законодательством порядке [1, с.48].

Важнейшей формой выражения деловой активности организаций является величина текущего финансового результата за определенный период – прибыли, получаемой от их предпринимательской, инвестиционной и финансовой деятельности. А.Смит трактовал прибыль как приращение богатства нации. И. Фишер – как «запас богатства, существующий в каждый

конкретный момент времени, называется капиталом, а приток генерируемых им выгод за данный промежуток времени называется прибылью». Одно из наиболее примечательных и часто цитируемых определений прибыли принадлежит Дж. Хиксу: «Прибыль индивидуума есть максимальная величина, которую он может использовать на потребление в течение любого периода, оставшись при этом столь же богатым в конце периода, как он был на его начало». В приложении к фирме «потребление» означает распределение среди всех собственников фирмы стоимостной оценки части активов, оставшихся после удовлетворения третьих лиц [9, с.81].

За каждым фактором производства стоят конкретные люди и группы людей. За трудом - наемные рабочие, за капиталом - его владельцы, за землей - его собственники. И если признается тот факт, что всякое экономическое благо есть результат взаимодействия факторов производства, то необходимо признать и то, что все группы населения, стоящие за этими факторами участвуют своим трудом в создании благ и новой стоимости. Разница лишь в том, что одни участвуют сегодняшним живым трудом, а другие прошлым, воплощенным в материальных элементах производства. Это их накопленный овеществленный труд. Он может быть результатом трудовых усилий целого ряда поколений. Всякое экономическое благо есть, в конечном счете, продукт труда всего общества. И эффект его усилий принимает форму доходов (прибыли) на всех уровнях хозяйственной деятельности. Итак, рассмотрев взгляды в экономической теории на определение прибыли, перейдем к рассмотрению ее формирования.

Прибыль образуется в результате реализации продукции. Ее величина определяется разницей между доходом, полученным от реализации продукции, и издержками (затратами) на ее производство и реализацию. Общая масса получаемой прибыли зависит, с одной стороны, от объема продаж и уровня цен, устанавливаемых на продукцию, а с другой - от того, насколько уровень издержек производства соответствует общественно необходимым затратам. Вместе с тем прибыль на предприятии зависит не только от реализации



продукции, но и от других видов деятельности, которые ее либо увеличивают, либо уменьшают. Поэтому в теории и на практике выделяют так называемую «балансовую прибыль». Ее название говорит само за себя. Она состоит из прибыли от реализации продукции (выручка от реализации продукции без косвенных налогов минус затраты (расходы) на производство и реализацию продукции) плюс внереализационные доходы (доходы по ценным бумагам, от долевого участия в деятельности других предприятий, от сдачи имущества в аренду и т.п.) минус внереализационные расходы (затраты на производство, не давшее продукции, на содержание законсервированных производственных мощностей, убытки от списания долгов и т.д.).

Кроме того, выделяется валовая прибыль, которая представляет собой балансовую прибыль за минусом или плюсом финансового результата от операций с основными фондами (средствами), нематериальными активами и иным имуществом [11,с.87].

Во всех странах с рыночной экономикой прибыль облагается налогом. Поэтому на практике принято выделять налогооблагаемую прибыль. Последняя представляет собой валовую прибыль за вычетом отчислений в резервные фонды, доходов по видам деятельности, освобожденной от налогообложения, отчислений на капиталовложения. В результате на предприятии, как это принято называть в теории и на практике, остается так называемая чистая прибыль. По своей величине она представляет налогооблагаемую прибыль за минусом налога на прибыль и налога на превышение фактических расходов на оплату труда по сравнению с нормируемой. Из чистой прибыли предприятие выплачивает дивиденды и различные социальные налоги, и образуют фонды. В результате остается прибыль неиспользованная, или убыток, непокрытый деньгами.

Величина прибыли зависит [11,с.132]:

— во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);

- во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.);
- в-третьих, от объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);
- в-четвертых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Однако получение прибыли в условиях рынка всегда связано с риском - над предприятием постоянно висит угроза потерять вложенный капитал целиком или частично. Именно поэтому в теории и на практике используется понятие «предпринимательская прибыль», которая по своей величине должна быть больше, чем процент, получаемый по вкладам в банк.

По своему содержанию понятие «риск» относится как к хозяйственной, коммерческой, так и к финансовой деятельности. Для определения риска используются два основных метода: статистический и экспертный. В основе статистического лежат приемы математической статистики (расчет вариации, дисперсии и стандартного отклонения по показателям финансово-хозяйственной деятельности). Этими показателями являются рентабельность производства, продукции, инвестиций, продаж и т.д. Полностью избежать риска в предпринимательской деятельности практически невозможно, но существует система методов смягчения его отрицательных последствий. К ним относятся самострахование (создание резервных фондов), участие в венчурных компаниях, хеджирование, заключение фьючерсных сделок и т.д.

Для предприятия прибыль является показателем, создающим стимул для инвестирования в те сферы, где можно добиться наибольшего прироста стоимости. Прибыль как экономическая категория рыночных отношений выполняет следующие основные функции [8,с.55]:

- «Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства и оценивающим хозяйственную деятельность предприятия (оценочная функция).

— Прибыль оказывает стимулирующее воздействие на повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия (стимулирующая функция).

— Прибыль является источником формирования бюджетных ресурсов и внебюджетных фондов (фискальная функция)».

Значение прибыли состоит в том, что она отражает финансовый результат, отражающий эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень расходов и т.д.

Таким образом, прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Но все аспекты деятельности предприятия с помощью прибыли в качестве единственного показателя оценить невозможно. Именно поэтому при анализе производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия используется система показателей.

## **1.2 Основные подходы, применяемые к оценке финансовых результатов деятельности предприятия**

Прибыль представляет собой весьма сложную экономическую категорию, и потому возможны различные ее определения, интерпретации, представления. В литературе описаны несколько подходов к определению прибыли. Рассмотрим два из них - экономический и бухгалтерский - как базовые. Суть экономического подхода такова: прибыль (убыток) - это прирост (уменьшение) капитала собственников, имевший место в отчетном периоде. Будем называть прибыль, исчисленную по данному алгоритму, экономической. Приведенное определение выглядит весьма простым, сложность лишь в том, как его наполнить количественно то есть, как рассчитать прибыль. Экономическую прибыль можно исчислить либо на основе динамики рыночных оценок капитала (то есть только для компаний, котирующих свои ценные бумаги на

биржах - именно в этом случае можно получить более или менее объективные данные об изменении капитала собственников), либо по данным ликвидационных балансов на начало и конец отчетного периода. Но в любом случае значение подобным образом рассчитанной прибыли будет исключительно условным. Условность количественной оценки прибыли при таком подходе проявляется не только в субъективности построения исходной базы для расчета, но и в том, что далеко не все изменения собственного капитала можно считать элементами прибыли [13,с.7].

Можно выделить два основных различия между экономическим и бухгалтерским подходами. Первое заключается в том, что в отличие от экономического в бухгалтерском подходе четко идентифицируются элементы прибыли, то есть виды доходов и расходов, и ведется обособленный их учет. Таким образом, всегда имеется субъективная и объективная информационная база для расчета конечного финансового результата (речь идет о сделках, выполняемых в рамках действующего законодательства и потому автоматически попадающих в систему двойной записи). Второе отличие заключается в неодинаковой трактовке, так называемых реализованных и нереализованных доходов. Если представить ситуацию, когда рыночная цена на некоторые активы предприятия (например, здание) выросла, в рамках экономического подхода собственники предприятия получили прибыль, что касается бухгалтерского подхода, то он такую прибыль признавать не спешит по многим причинам, в том числе субъективности оценок. Таким образом, экономический подход не делает различия между реализованным и нереализованным доходами, напротив, бухгалтерский подход, руководствуясь принципом осторожности (консерватизма), согласно которому расходы всегда очевидны, а доходы всегда сомнительны или лучше раньше признать расходы, чем позже, и лучше позже признать доходы, чем раньше, не спешит признавать нереализованный доход, точнее, этот доход будет признан как прибыль лишь после его реализации. Бухгалтерский подход доминирует на практике. Вместе с тем, что оба рассмотренных подхода в принципе не противоречат друг другу.

Более того, экономический подход полезен для понимания сущности прибыли, бухгалтерский — для понимания логики и порядка ее практического исчисления.

Кроме экономического и бухгалтерского подхода выделяют ещё один подход к определению прибыли – предпринимательский. Суть этого подхода в том, что формулируется обобщенное понятие прибыли как некоего индикатора успешности фирмы с позиции участников рынка капитала, прежде фактических и потенциальных инвесторов. Прибыль, согласно данному подходу равна приросту капитала собственников, имевшему место в отчетном периоде и проявляющемуся в увеличении чистых активов фирмы (в рыночной оценке), исчисляемых как капитализированная стоимость будущих чистых поступлений, за вычетом обязательств.

Предпринимательская прибыль, противопоставляется бухгалтерской, а различие предопределяется следующими основными обстоятельствами [13,с.257]:

— «оценка предпринимательской прибыли осуществляется рынком, а потому при её исчислении обязательно используются рыночные цены, при этом доход (затраты) не обязательно должны быть реализованы;

— оценка бухгалтерской прибыли осуществляется финансовой службой фирмы, а потому при её исчислении использование рыночных цен не является обязательным, при этом сальдо отложенных к реализации доходов и расходов во внимание не принимается».

Предпринимательский и бухгалтерский подходы к определению прибыли не противоречат друг другу и гораздо более практичны, чем экономический. Однако можно выделить три основных различия между этими подходами.

Первое заключается в том, что при бухгалтерском подходе все элементы, служащие для расчета финансового результата строго идентифицированы. С точки зрения предпринимательского подхода невозможно чётко определить, какие именно факторы влияют на величину рыночной капитализации предприятия. Второе отличие заключается в трактовка так называемых

реализованных и реализованных доходов. Третье отличие в том, что бухгалтерский подход реализуем для любых предприятий, то более или менее объективное значение предпринимательской прибыли может быть рассчитано лишь для листинговых компаний.

Прибыль является одним из ключевых индикаторов успешности финансово-хозяйственной деятельности. Поскольку факторов ее формирования, а таковыми являются отдельные виды доходов и расходов, много, возможно обособление различных показателей прибыли. Именно поэтому, характеризуя работу компании в терминах экономической эффективности, нужно уточнять, о какой прибыли идет речь. Обособление тех или иных видов прибыли осуществляется прежде всего исходя из интересов лиц, имеющих отношение к предприятию. Один из возможных подходов заключается в следующем: в деятельности предприятия как первичной ячейки любой экономической системы, производящей некоторый вид продукции и (или) услуг, то есть вносящей свой вклад в генерирование общих доходов страны, заинтересованы различные группы лиц. Наиболее общей их градацией является обособление четырех групп:

- собственники предприятия;
- его работники, представленные управленческим персоналом;
- государство, представленное налоговыми органами,
- прочие лица, действующие и потенциальные контрагенты: поставщики материальных и финансовых ресурсов, покупатели, банки.

Таким образом, рассмотрев основные подходы к определению прибыли, можно сказать, что в целом они дополняют друг друга. Экономический подход к пониманию прибыли объясняет прибыль как прирост капитала собственников компании. Бухгалтерский подход объясняет логику и порядок исчисления прибыли предприятием, при этом прибылью признаётся положительная разность между доходами и расходами фирмы за рассматриваемый период. Предпринимательский подход к определению прибыли заключается в формировании обобщённого понятия прибыли как индикатора успешности

фирмы. Налоговый подход к определению прибыли организации признаёт разность не всех доходов и расходов, которые возникают на предприятии в процессе его функционирования, а лишь те, которые учитываются при расчете налоговой базы.

### **1.3 Особенности оценки формирования и распределения прибыли на предприятии малого бизнеса**

Формирование и распределение прибыли в малом бизнесе характеризуется совокупностью показателей, отражающих конечные результаты деятельности предприятия, в связи с этим данная оценка является неизменным элементом как финансового менеджмента на предприятии, так и экономических взаимоотношений с партнерами, с финансово - кредитной системой, с налоговыми органами, инвесторами. Ведь для того чтобы принять решение, необходимо проанализировать обеспеченность финансовыми ресурсами, целесообразность и эффективность их размещения и использования, платежеспособность предприятия [6,с.11].

Зарубежный опыт также показывает широкое применение результатов формирования и распределения прибыли предприятий для целей стратегического управления экономическими процессами: возможность смоделировать ситуацию, способность выявить изменения, разработать стратегию с использованием надежных методов и воплотить стратегию предприятия в жизнь. Финансирование в процессе функционирования малого предприятия осуществляется за счет внутренних и внешних источников. Внешние источники - банковские кредиты, средства различных фондов. Внутренние - финансовые ресурсы и внутрихозяйственные резервы малого предприятия (прибыль, амортизационные резервы, различные резервные и страховые фонды). Финансирование из внешних источников представляет собой господдержку малого бизнеса, которая осуществляется через специальные организационные структуры, формирующие целевые программы.

В сегодняшних российских условиях возможность привлечения внешнего финансирования крайне ограничена. Чем хуже положение предприятия, тем эта возможность меньше. Банковское кредитование сведено к минимуму. Предприниматели пытаются преодолеть узкие рамки внутрифирменного финансирования, перераспределяя полученный доход между заработной платой и инвестициями.

Результатом деятельности предприятия малого бизнеса в рыночных условиях является получение прибыли от продажи продукции или услуг. Нарращивание объемов производства предприятия целесообразно только в условиях гарантированного сбыта продукции. Управление производством и анализ производственной деятельности построены на использовании различных экономических показателей. Самой важной характеристикой производственной деятельности предприятий служит объем производства конкретного вида продукции в натуральном выражении (в физических единицах измерения) в течение определенного периода времени (года, квартала, месяца, суток). Этот показатель называют годовым, квартальным, месячным, суточным выпуском продукции.

Более универсален показатель валового дохода предприятия, представляющий собой суммарную стоимость конечного вида продукции, произведенной предприятием за определенный период времени, выраженную в реальных рыночных ценах. Объем продаж произведенной предприятием продукции принято так же называть выручкой от продаж. Валовой доход (выручка) рассчитывается путем умножения продукции в физическом измерении на цену физической единицы.

Прибыль - это та часть выручки, которая остается у предприятия после возмещения затрат на производство и реализацию продукции (услуг). В самом общем виде прибыль рассчитывается так [19,с.81]:

$$\text{Прибыль} = \text{Выручка} - \text{Затраты} \quad (1.1)$$



Для увеличения прибыли необходимо стремиться к росту выручки и снижению издержек производства, которые можно разделить на явные и неявные. К явным относят издержки в виде платежей за полученные от внешних поставщиков ресурсы производства, включая оплату труда работников. Они полностью отражаются в бухгалтерском учете предприятия, поэтому их называют бухгалтерскими издержками. Статьи бухгалтерских издержек - это статьи бухгалтерских затрат, образующих себестоимость продукции. Рассмотрим эти статьи.

Материальные затраты - это затраты на материалы, сырье, энергию, покупные комплектующие части к производимому продукту. В стоимость материальных ресурсов включаются затраты предприятия на приобретение упаковки и тары.

Затраты на оплату труда основного и вспомогательного персонала.

Отчисления на социальные нужды, которые регламентируются законом. Размер этих отчислений устанавливается в процентах от затрат на оплату труда.

Амортизация - процесс переноса стоимости основного капитала по мере износа на производимую с его помощью продукцию и использование этой стоимости для последующего воспроизводства основного капитала. С амортизацией тесно связано понятие амортизационного фонда, который определяется как сумма износа основного капитала, предназначенная для обновления основных фондов предприятия.

Прочие затраты - это различные платежи: комиссионные банку за кассовое и банковское обслуживание, проценты банку за кредит и т. д.

К неявным относят издержки, связанные с упущенной выгодой, т.е. с доходом, недополученным из-за недостаточно выгодного использования собственных ресурсов. Следствием неявных издержек является недополученная прибыль. Сумма явных и неявных издержек составляет экономические издержки.

Прибыль может быть бухгалтерской и экономической. Бухгалтерская прибыль - разность между полученной выручкой и бухгалтерскими (явными)

издержками. Экономическая прибыль - разность между полученной выручкой и экономическими издержками [12,с.5].

При определении издержек предприятия малого бизнеса целесообразно разделить их на постоянные и переменные.

К постоянным относят издержки, не зависящие от объема производства: затраты на содержание помещений, оплату штатного управленческого и обслуживающего персонала, выплата процентов по кредитам.

К переменным относятся затраты на материалы, сырье, электроэнергию, полуфабрикаты, комплектующие изделия, на заработную плату производственного персонала.

Для анализа и обобщенной оценки хозяйственной деятельности используют не только прибыль, но и производный от нее показатель - рентабельность. Рентабельность продукции (Р) рассчитывается как соотношение валовой прибыли от продажи продукции (Пв) к себестоимости этой продукции (С) [21,с.59]:

$$P = Пв / С \quad (1.2)$$

Рентабельность основных и оборотных средств рассчитывается как отношение балансовой прибыли (Пб) к стоимости основных (К) и оборотных (О) средств предприятия [21,с.72]:

$$P = Пб / (К + О) \quad (1.3)$$

Рентабельность инвестиций в предприятие определяется как отношение балансовой прибыли к стоимости всего имущества фирмы (итогу баланса предприятия) (И) [24,с.87]:

$$P = Пб / И \quad (1.4)$$

Для осуществления успешной деятельности предприятия малого бизнеса предприниматель не должен забывать два «золотых правила»:

— капитал предприятия должен одновременно находиться в трех формах: денежной, производительной и товарной;

— возможность успешной деятельности предприятия заключена в бесперебойности смены капиталом своих форм.

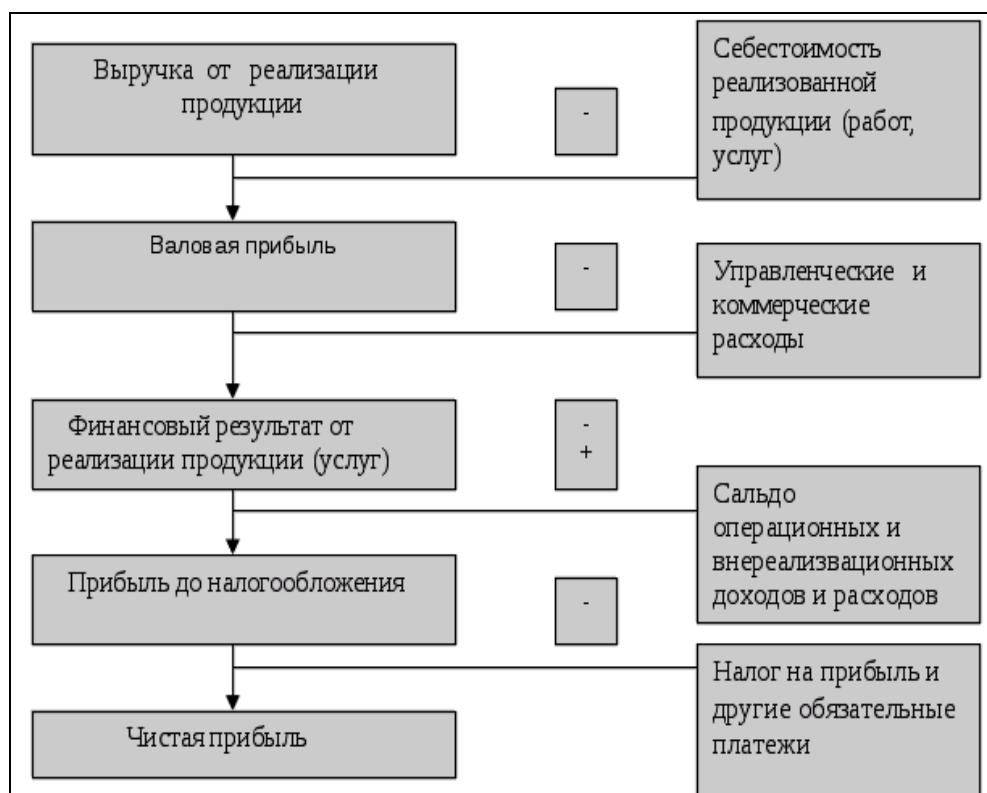
Капитал - средства производства будущих благ, - функционирует в трех формах: денежной, производительной и товарной. Производительный капитал по способу его оборота, характеру движения делится на основной и оборотный.

Основной капитал - это та часть производительного капитала, которая полностью участвует в процессе производства, но переносит свою стоимость на произведенный продукт по частям по мере износа.

К основному относится капитал, авансируемый на приобретение средств труда (машин, оборудования, производственных зданий и сооружений, транспортных средств). Что касается оборотного капитала, то это та часть производительного капитала, стоимость которой в процессе потребления полностью переносится на продукт и целиком возвращается к предпринимателю в денежной форме в течение каждого кругооборота капитала. К оборотному относится капитал, авансируемый на покупку предметов труда (сырья, топлива, полуфабрикатов) и рабочей силы.

Финансовые результаты о прочей реализации показывают доходы (расходы) от операций, связанных с движением имущества, списанием основных средств с баланса по причине морального износа, сдачей имущества в аренду, аннулирование договоров, прекращением производства и т.п. Прочие внереализационные доходы и расходы включают финансовые результаты, не отражены в предыдущих составляющих прибыли. Их состав достаточно специфичен: это либо случайные, непредвиденные суммы, либо полученные и уплаченные штрафы, связанные с нарушением договорных обязательств. Иными словами, внереализационные доходы компенсируют предприятию прибыль, которая могла быть получена от основной деятельности, если бы все

договорные обязательства и сроки платежей соблюдались его партнерами. Прибыль от реализации, как правило, главная составляющая прибыль отчетного периода. Это разница между выручкой от реализации и затратами на реализованную продукцию, т.е. себестоимостью, коммерческими и управленческими расходами. На ее долю приходится в настоящий момент 90-95% общей суммы прибыли до налогообложения. На многих предприятиях она является единственным источником формирования прибыли до налогообложения.



**Рис.1.1.Механизм формирования показателей прибыли[7,с.16]**

Из рис.1.1 следует, что прибыль до налогообложения включает финансовые результаты от реализации продукции, работ, услуг; доходы и расходы от финансовой и инвестиционной деятельности; внереализационные доходы и расходы. Поэтому, прежде всего, важно определить состав прибыли предприятия.

## **Глава 2 Анализ и оценка формирования, распределения и использования прибыли в ООО «СК-Медфарм» г.Туапсе**

### **2.1 Организационно – экономическая характеристика исследуемого объекта**

ООО «СК-Медфарм» г.Туапсе создано в целях осуществления фармацевтической деятельности, обеспечения общественных и государственных потребностей в результатах его деятельности и получения прибыли. Для достижения целей, указанных выше, предприятие осуществляет в установленном действующим законодательством порядке следующие виды деятельности:

— розничная торговля фармацевтическими товарами (реализация населению готовых лекарственных препаратов, в том числе гомеопатических препаратов) по рецептам и без рецептов врача, учреждениям здравоохранения по требованиям или заявкам;

— розничная торговля медицинскими товарами и ортопедическими изделиями (реализация лекарственного растительного сырья в заводской упаковке, изделий медицинского назначения (в частности, предметов ухода за больными, изделий медицинской техники, в том числе профилактического назначения, диагностических средств, лечебно-профилактического белья, чулочно-носочных изделий, бандажей, предметов ухода за детьми, аптек первой медицинской помощи и др.);

— розничная торговля оптики (в частности готовых очков и средств по уходу за ними);

— розничная торговля дезинфицирующих средств, предметов личной гигиены,

— розничная торговля минеральных вод (натуральных и искусственных),

— розничная торговля лечебного, детского, диетического питания (в частности, пищевых добавок лечебного и профилактического назначения),

- розничная торговля косметической и парфюмерной продукции;
- оптовая торговля фармацевтическими и медицинскими товарами и изделиями медицинской техники и ортопедическими изделиями.

Общество имеет самостоятельный баланс, круглую печать со своим наименованием, штампы, расчетные счета, а также иные реквизиты и средства индивидуализации. ООО «СК–Медфарм» являясь коммерческим предприятием, имеет в собственности обособленное имущество.

Сегодня численность сотрудников аптечной сети ООО «СК-Медфарм» составляет 15 человек, из которых выполнением управленческих функций занято 4 человек, среди них: генеральный директор (управление финансами, определением потребности в сырье, выбор наиболее оптимальных схем финансирования и вопросами приобретения нового оборудования и товаров медицинского назначения, вопросы заработной платы); главный бухгалтер; главный технолог (разработка и усовершенствование технологий, определение наиболее оптимальных параметров производства, вопросы эффективного использования сырья); начальник отдела кадров и труда (найм сотрудников, обучение, повышение квалификации, вопросы организации труда).

Организационная структура управления определяет субординацию и координацию подразделений и управленческих структур предприятия. Организационная структура управления представляет собой сочетание отдельных звеньев в их взаимосвязи и соподчиненности, выполняющих различные функции управления предприятием, и характеризует собой один из базовых элементов системы управления. Главой ООО «СК-Медфарм» является генеральный директор, который осуществляет руководство в соответствии с уставом предприятия. Именно он несет всю полноту ответственности за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества и ресурсов предприятия, а также, за финансово-хозяйственные результаты бизнес-деятельности. Главный бухгалтер - руководит ведением бухгалтерского учета и составлением отчетности на предприятии. Начальник отдела кадров и труда обязан вести учет личного

состава организации в соответствии с унифицированными формами первичной учетной документации. Главный технолог должен знать основные сведения о фармацевтических материалах, различных видах и степени заболеваний и правила чтения прописи рецепта. Что касается продавцов, то в их функциональные обязанности входит осуществление приема посетителей, оформление и выдача заказов.

ООО «СК-Медфарм» - поставщик большинства учреждений здравоохранения города Туапсе. Предприятие имеет многолетний опыт работы с предприятиями-поставщиками и производителями лекарственных средств и медицинских изделий.

Одним из основных показателей, отражающих масштабы деятельности является выручка от реализации продукции, данные о которой представлены в табл.2.1.

**Таблица 2.1**

**Оценка результатов деятельности ООО «СК-Медфарм»<sup>1</sup>**

Направление деятельности	Доля в выручке 2017 года	Доля в выручке 2016 года
Торговля фармацевтическими товарами	68,9%	64,7%
Торговля медицинскими товарами и ортопедическими изделиями	15,6%	20,04%
Торговля лечебного, детского, диетического питания	12,6%	14,75%
Торговля косметической и парфюмерной продукции	2,9%	0,5%
Выручка по основной деятельности	100,0%	100,0%

Как видно из табл.2.1, выручка от реализации фармацевтическими товарами увеличилась по сравнению с 2016 годом на 4,2 %, приобрела популярность реализация медицинскими товарами и ортопедическими

<sup>1</sup> Таблица составлена автором работы в ходе проводимых исследований

изделиями, которая составила 4,44 % по сравнению прошлым отчетным периодом. Прослеживается снижение выручки от реализации лечебного, детского, диетического питания, но данный факт остается незначительным и не влияет на выручку по основной деятельности.

В течение года была продолжена работа по уже заключенным соглашениям на выгодных условиях для Общества и налажены новые деловые контакты с крупнейшими отечественными и зарубежными поставщиками. Основными поставщиками лекарственных препаратов являются: ОАО «Ирбитский химико-фармацевтический завод», ЗАО «Эвалар», ОАО «Кемеровская фармацевтическая фабрика», компания «Витамакс», Компания «Травы Алтая», ЗАО Фирма «ЦВ Протек», ЗАО Фармацевтическое предприятие «Техномедсервис», ООО «Мосфарм» и другие.

Как предприятие сферы розничной торговли ООО «СК-Медфарм» выполняет следующие функции:

- осуществляет закупку товаров у производителей, а также заключает договора на поставку товаров;
- осуществляет перевозку товаров собственным транспортным средством и посредством заказов на доставку;
- производит хранение и подготовку товаров к продаже;
- осуществляет расчеты с поставщиками за поставленные ими товары;
- осуществляет продажу товаров по индивидуальному методу обслуживания;
- осуществляет ведение оперативного и статистического учета.

Как хозяйствующий субъект предприятие взаимодействует с предприятиями-поставщиками, покупателями, вступает во взаимодействие с бюджетом, банками. Выбор поставщиков осуществляется по критерию качества товаров. Для обеспечения качества товаров закупка продукции, подлежащей обязательной сертификации, осуществляется только при наличии удостоверений качества на каждую партию закупки и перечня сертификатов



реализуемой продукции. Со своими поставщиками предприятие работает не один год, налажены хорошие партнерские отношения. Основными документами при взаимодействии с поставщиками являются счета-фактуры, накладные, расходные накладные, заявки.

В качестве основных критериев выбора поставщика руководство торгового предприятия использует следующее: качество, цена продукции, форма расчета. Перечень товаров, реализуемых в торговых залах составляется на основе изучения покупательского спроса и утверждается директором предприятия фармацевтической отрасли.

Общество несет всю полноту ответственности за соблюдение прав и законных интересов граждан, общества, юридических лиц, государства, за выполнение принятых на себя обязательств его участников, самостоятельно планирует хозяйственно-финансовую и иную деятельность на основании договоров или других форм обязательств и свободно в выборе их предмета, порядка хозяйственных взаимоотношений, определяет ответственность договаривающихся сторон по взаимным обязательствам.

Источником формирования имущества компании является: уставный фонд; прибыль от собственной предпринимательской деятельности; кредиты банков и других кредиторов; благотворительные, спонсорские взносы; иные поступления, не запрещенные действующим законодательством Российской Федерации.

После осуществления всех платежей и отчислений, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации, образуемая в процессе функционирования предприятия чистая прибыль, остается в распоряжении общества и используется им самостоятельно. Чистая прибыль используется:

- на развитие и расширение хозяйственно-финансовой деятельности предприятия;
- материальное стимулирование, обучение и повышение квалификации сотрудников предприятия;

- рекламу услуг предприятия;
- внедрение, освоение новой техники и технологии;
- восполнение недостатка собственных средств, покрытие потерь;
- строительство, реконструкцию, обновление основных фондов и т.п.

ООО «СК–Медфарм» осуществляет бухгалтерский учет результатов своей работы, ведет статистическую отчетность, представляет необходимую информацию налоговым органам. Контроль за хозяйственной и финансовой деятельностью общества осуществляется учредителями или нанятым ими независимым аудитором. Проверка работы предприятия осуществляется соответствующими налоговыми, природоохранными, антимонопольными и другими государственными органами в соответствии с законодательством Российской Федерации.

## **2.2 Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности**

### **ООО «СК-Медфарм»**

Как отмечает в своем учебном пособии Максими́на Е.А.: «Анализ финансовой устойчивости следует начинать со степени обеспеченности запасов и затрат собственными источниками их формирования. Недостаток средств для приобретения материальных запасов может привести к невыполнению производственной программы, а затем и сокращению производства. С другой стороны, излишнее отвлечение средств в запасы, превышающие действительную потребность, приводит к неэффективному использованию всей ресурсной базы. Поскольку оборотные средства включают как материальные, так и денежные ресурсы, от их организации и эффективности управления зависит не только процесс материального производства, но и финансовая устойчивость предприятия. Внешним проявлением финансовой устойчивости предприятия является его платежеспособность» [11,с.72].

Залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия служит его устойчивость. Финансовая устойчивость предприятия – это такое

состояние его финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платёжеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Устойчивость предприятия, прежде всего, зависит от оптимальности состава и структуры активов, а также от правильности выбора стратегии управления ими. Другим важным фактором финансовой устойчивости предприятия фармацевтической отрасли является состав и структура финансовых ресурсов и правильность управления ими. Большое влияние на финансовую устойчивость предприятия оказывают средства, дополнительно мобилизуемые на рынке ссудных капиталов. Чем больше денежных средств может привлечь аптечная сеть, тем выше ее финансовые возможности, однако возрастает и финансовый риск: способно ли будет предприятие своевременно расплачиваться со своими кредиторами. Предприятие считается платежеспособным, если имеющиеся у него денежные средства, краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги, временная финансовая помощь другим предприятиям) и активные расчеты (расчеты с дебиторами) покрывают его краткосрочные обязательства. Платежеспособность предприятия выступает в качестве внешнего проявления финансовой устойчивости, сущностью которой является обеспеченность оборотных активов долгосрочными источниками формирования. Большая или меньшая текущая платежеспособность (или неплатежеспособность) обусловлена большей или меньшей степенью обеспеченности (или необеспеченности) оборотных активов долгосрочными источниками. Основным фактором, обуславливающим общую платежеспособность, является наличие у предприятия реального собственного капитала [10, с.327].

По мнению Хайруллина А.Г.: «Финансовое состояние предприятия можно оценить с точки зрения долгосрочной и краткосрочной перспективы. В первом случае критерием оценки являются показатели финансовой устойчивости предприятия, во втором – ликвидность и платёжеспособность. Стабильность деятельности предприятия в свете долгосрочной перспективы –

одна из важнейших характеристик его финансового состояния. Она связана с общей финансовой структурой предприятия, степенью её зависимости от внешних кредиторов и инвесторов, с условиями, на которых привлечены внешние источники средств» [19,с.137].

Коэффициенты финансовой устойчивости позволяют не только оценить один из аспектов финансового состояния предприятия. При правильном пользовании ими можно активно воздействовать на уровень финансовой устойчивости, повышать его до минимально необходимого, а если он фактически превышает минимально необходимый уровень - использовать эту ситуацию для улучшения структуры активов и пассивов.

Произведем анализ основных показателей финансово – хозяйственной деятельности ООО «СК-Медфарм» за период 2015 – 2017 года и результаты отразим в табл.2.2.

**Таблица 2.2**

**Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности ООО  
«СК-Медфарм» за 2015 - 2017 годы<sup>2</sup>**

Показатель	Отчетный период			Абсолютное отклонение	Относительное отклонение
	2015 год	2016 год	2017 год		
Выручка от продажи медицинских и фармацевтических товаров, тыс. руб.	61155	69034	77674	16519	8640
Себестоимость проданных товаров, тыс. руб.	31388	34352	37970	6582	3618
Удельный вес себестоимости в выручке от продажи товаров, %	51,33	49,76	48,88	-2,45	-0,88

<sup>2</sup> Таблица составлена автором в ходе проводимых исследований

## Окончание таблицы 2.2

Валовая прибыль, тыс. руб.	29767	34682	39704	9937	5022
Издержки обращения, тыс. руб.	25266	27357	35791	10525	8434
Удельный вес издержек обращения в выручке от продажи товаров, %	41,31	39,63	46,08	4,77	6,45
Прибыль от продаж, тыс. руб.	4501	7325	3913	-588	-3412
Рентабельность торговой деятельности, %	7,94	11,87	5,30	-2,64	-6,57
Рентабельность продаж, %	7,36	10,61	5,04	-2,32	-5,57

Как следует из результатов, на протяжении 2015 - 2017 годов товарооборот предприятия фармацевтической продукции ООО «СК-Медфарм» имело тенденцию к росту и составил в 2017 году 77674 тыс. руб., что на 16519 тыс. руб. или 27,01 % больше чем в 2015 году и на 8640 тыс. руб. или 12,52 % больше чем в 2016 году. Данное увеличение обусловлено как ростом объемов реализованных товаров в натуральном выражении, так и ростом закупочных цен на них. В 2017 году себестоимость проданных медицинских товаров составила 37970 тыс. руб., что больше аналогичного показателя 2015 года на 6582 тыс. руб. или 20,97 % и больше чем в 2016 году на 3618 тыс. руб. или 10,53 %. Удельный вес себестоимости проданных товаров в объеме товарооборота составил в отчетном периоде 48,88 %, что меньше аналогичного показателя 2015 года на 2,45 % и меньше чем в 2016 году на 0,88 %. Снижение показателя удельного веса себестоимости в выручке от продаж объясняется оптимизацией работы с поставщиками и ростом объемов поставок, вследствие чего, поставщики отпускали товары по более привлекательным для ОАО «СК-Медфарм» ценам. Стоит отметить, что за последние два года наценка на фармацевтические и медицинские товары практически не увеличилась, что

связанно с ростом конкуренции на рынке аптечной сети города Туапсе (в период 2015 - 2017 в городе было открыто 11 новых аптечных предприятий).

Величина издержек обращения торгового предприятия составила в 2017 году 35791 тыс. руб., что больше чем в 2015 году на 41,66 % и больше чем в 2016 году на 30,83 %. Удельный вес издержек обращения в выручке от продажи товаров составил в отчетном году 46,08 %, что больше аналогичных показателей предшествующих периодов, соответственно, на 4,77 и 6,45 %.

Значительный рост издержек обращения в отчетном году по сравнению с предшествующими периодами обусловлен:

- транспортными расходами;
- проведением ремонтных работ как подсобных, так и торговых площадей аптеки;
- закупкой нового медицинского оборудования;
- увеличением себестоимости товаров;
- расходами на тару;
- расходами на электроэнергию для производственных нужд.

Рост издержек обращения напрямую отразился на прочих финансовых результатах деятельности ООО «СК-Медфарм»: прибыли от продаж, рентабельности торговой деятельности и рентабельности продаж.

В результате увеличения издержек обращения прибыль от продаж фармацевтических и медицинских товаров составила в отчетном году 3913 тыс. руб., что меньше аналогичных показателей 2015 и 2016 годов на 13,06 % и 46,58 %, соответственно. Анализируя данные, необходимо отметить снижение всех показателей рентабельности торгового предприятия в 2017 году по сравнению с 2015 - 2016 годами. Так, под влиянием снижения размера прибыли от продаж, рентабельность торговой деятельности составила в 2017 году 5,3 %, что меньше аналогичного показателя 2015 года на 2,64 процентных пункта и меньше показателя 2016 года на 6,57 %. В свою очередь, рентабельность продаж составила в отчетном году 5,04 %, что меньше аналогичного показателя 2015 года на 2,32 процентных пункта и меньше показателя 2016 года на 5,57 %.

Как было отмечено выше, в 2017 году в ООО «СК-Медфарм» наблюдается снижение среднесписочной численности работников в связи с сокращением штатных единиц обслуживающего персонала и менеджеров аптечного торгового зала. Среднесписочная численность работников сократилась на 3 человека по сравнению с 2015 и 2016 годами. Под влиянием снижения среднесписочной численности работников, фонд оплаты труда увеличился, что повлияло в начале отчетного периода на повышение заработной платы в размере 15 %. При этом, наблюдаются темпы роста производительности труда работников предприятия, которые составили в 2017 году по сравнению с 2015 годом 112,22 %, а по сравнению с 2016 годом 101,33 %. Следовательно, рост производительности труда свидетельствует об эффективном использовании персонала, а превышение темпов роста производительности труда над темпами роста среднемесячной заработной платы - об эффективном использовании фонда оплаты труда предприятия сферы фармацевтических услуг. В целом, рассмотренные финансовые показатели деятельности ООО «СК-Медфарм» за период 2015 - 2017 годов имеют удовлетворительное значение.

### **2.3 Анализ и оценка формирования и использования прибыли на предприятии**

Анализируя выдержки из диссертации Третьяковой Е.А. по теме «Управление бизнес-процессами фармацевтических организаций», можно выделить следующее: «Прибыль как главный результат предпринимательской деятельности обеспечивает потребности самого предприятия и государства в целом. Поэтому, прежде всего, важно определить состав прибыли предприятия. Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) - это финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия, которая может осуществляться в любых видах, зафиксированных в его уставе и не запрещенных законом. Прибыль от реализации является основным видом прибыли, которая формирует финансовые результаты деятельности» [16,с.27].

Приступая к анализу финансовых результатов, необходимо, прежде всего, выявить, в соответствии ли с установленным порядком рассчитана прибыль (убыток) и все исходные составляющие для ее формирования, в частности такие, как выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг; себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг; коммерческие и управленческие расходы; проценты к получению и уплате; прочие операционные и внереализационные доходы и расходы. Одним из основных требований функционирования предприятий в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Наличие прибыли позволяет удовлетворить экономические и социальные интересы государства, предприятия, работников и собственников. Однако прибыль не является абсолютным измерителем эффективности осуществления хозяйственной деятельности предприятия. Показатели рентабельности, характеризующие размер прибыли, полученный на каждую единицу произведенных затрат, в наиболее полной мере характеризуют результаты бизнеса. Основная проблема, с которой сталкиваются предприятия торговой сферы в настоящее время - получение нормальной прибыли, достаточной для осуществления простого и, по возможности, расширенного воспроизводства. Решение данной проблемы видится в четком и обоснованном планировании основных показателей деятельности предприятия, достижении прогнозных показателей по прибыли и рентабельности, поиске резервов для их увеличения.

Рынок фармацевтических и медицинских товаров города Туапсе является весьма объемным, так что каждое торговое предприятие находит на нем свою нишу сбыта. В связи с чем, на сегодняшний день, жесткой конкурентной борьбы и монополии какого-либо предприятия на рынке не наблюдается, никто не диктует свою цену на товар, не стремится уничтожить конкурентов. В тоже время, функционирует ряд розничных торговых предприятий, предлагающих на выбор своих покупателей наиболее широкий



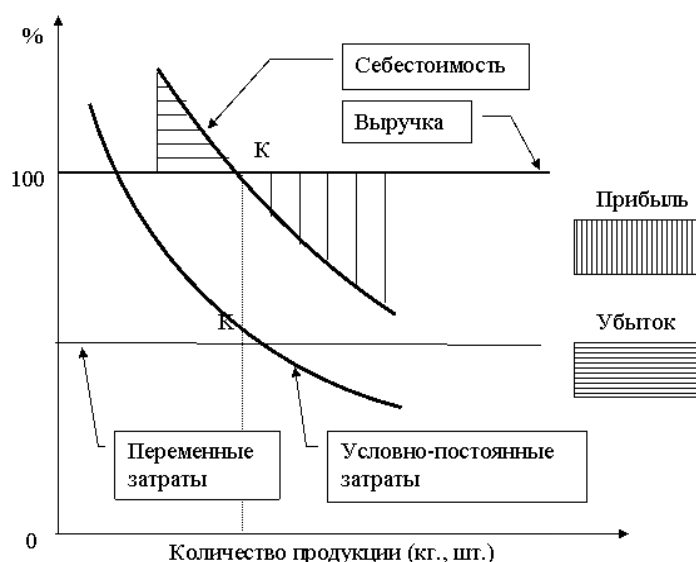
ассортимент изделий различной ценовой категории и как следствие, имеющих наибольшие объемы продаж. Основным источником формирования денежных доходов ООО «СК-Медфарм» является выручка от реализации товаров. В соответствии с учетной политикой выручка отражается по мере оплаты товаров. Под моментом определения выручки от реализации и признания полученной прибыли принимается календарный месяц, в котором на основании соответствующих документов выручка от реализации и прибыль должны быть отражены в бухгалтерском учете. Одним из основных показателей финансово-хозяйственной деятельности организации ООО «СК-Медфарм» является прибыль от реализации фармацевтических и медицинских товаров. В настоящее время прибыль от реализации товаров определяется как разница между выручкой (нетто) и себестоимостью реализованных товаров (с учетом расходов на реализацию). Основным источником для изучения прибыли предприятия является Отчет о финансовых результатах. Все показатели в нем сгруппированы в отдельные разделы:

- выручка и себестоимость продаж;
- валовая прибыль (убыток);
- коммерческие расходы;
- управленческие расходы;
- прибыль (убыток) от продаж;
- доходы от участия в других организациях;
- проценты к получению и к уплате;
- прочие доходы и расходы;
- прибыль (убыток) до налогообложения
- чистая прибыль (убыток).

Механизм формирования прибыли в ООО «СК-Медфарм» может быть представлен следующим образом (рис. 2.1).

Как видно из схемы, выручка от реализации фармацевтических и медицинских товаров в действующих ценах без косвенных налогов минус

полная себестоимость товаров с учетом управленческих и коммерческих расходов минус прибыль (убыток) от реализации товаров плюс/минус прибыль (убыток) от операционных доходов и расходов плюс/минус прибыль (убыток) от внереализационных доходов и расходов и это равно прибыли (убытку) отчетного периода предприятия. При проведении анализа финансовых результатов определяются факторы изменения прибыли от реализации фармацевтических и медицинских товаров и выявляются резервы роста прибыли. Большое влияние на размер прибыли и рентабельности оказывает размер задолженностей. Это обусловлено различиями между процентной ставкой по банковским кредитам и нормой прибыли на вложенный капитал.



**Рис. 2.1. Механизм формирования прибыль в ООО «СК-Медфарм»[8,с.27]**

Прибегая к задолженностям в целях использования эффекта финансового рычага для роста прибыли, необходимо помнить о том, что при низком уровне рентабельности заем по высоким ставкам становится опасным: задолженность в этом случае может привести к значительному сокращению прибыли, а иногда к банкротству.

С целью анализа формирования прибыли в табл.2.3 приведем структуру ассортимента реализованных фармацевтических и медицинских товарных групп ООО «СК-Медфарм» за 2015 - 2017 годы.

Таблица 2.3

**Анализ и оценка состава ассортимента реализованных фармацевтических  
и медицинских товаров ООО «СК-Медфарм», тыс.руб.<sup>3</sup>**

<b>Наименование ассортиментной группы</b>	<b>2015 год</b>	<b>2016 год</b>	<b>2017 год</b>	<b>Абсолютное отклонение 2017 к 2015 году</b>	<b>Относительное отклонение 2017 год к 2015 году</b>
Медицинские товары и ортопедические изделия, в том числе:	21877	23159	27024	5147	3865
лекарственное	4376	3937	3513	-863	-424
растительное сырье в заводской упаковке	12032	13201	15404	3372	2203
изделия медицинской техники, в том числе профилактического назначения, диагностические средства	5469	6021	8107	2638	2086
Косметическая и парфюмерная продукция, в том числе фирмы:	13148	15193	18213	5065	3020
VICHY	5259	5014	4918	-341	-96
AVENE	6574	8356	10927	4353	2571
BIODERMA	1315	1823	2368	1053	545
Минеральные воды (натуральные и искусственные)	8657	9814	10851	2194	1037
Солнцезащитные очки	7292	9194	10199	2907	1005
Прочие	3246	3647	3964	718	317
<b>Итого</b>	<b>54220</b>	<b>61007</b>	<b>70251</b>	<b>16031</b>	<b>9244</b>

Как следует из данных таблицы, наибольший удельный вес в структуре ассортиментных групп реализованных товаров принадлежит категории «Медицинские товары и ортопедические»: в 2015 и году 40,35 %, в 2016 году

<sup>3</sup> Таблица составлена автором работы в ходе проводимых исследований

37,96 %, в 2017 году 38,47 %. Товарооборот по данной группе товаров составил в отчетном году 27024 тыс. руб., что больше чем в 2015 году на 5147 тыс. руб. или 23,53 % и больше чем в 2016 году на 3865 тыс. руб. или 16,69 %. Наибольший удельный вес в товарной группе принадлежит категории «реализация лекарственного растительного сырья в заводской упаковке, изделий медицинского назначения (в частности, предметов ухода за больными)», составивший в 2015 году 55 %, в 2016, 2017 годах 57 %, что является закономерным явлением. Как видно из таблицы на втором месте по удельному весу в товарообороте предприятия стоит товарная группа «Косметическая и парфюмерная продукция», составившая в 2015 году 24,25 %, в 2016 году 24,9 %, в 2017 году 25,93 %.

В целом размер выручки составил в 2017 году 7423 тыс. руб., что больше чем в 2015 году на 488 тыс. руб. или 7,04 % и меньше чем в 2016 году на 604 тыс. руб. или 7,52 %. В наибольшей степени снижение выручки произошло по причине увеличения себестоимости продукции. Одним из важнейших показателей характеризующих эффективность работы торговых предприятий на рынке, является валовая прибыль. Разница между товарооборотом по ценам рынка и товарооборотом по ценам их закупки, взятым без НДС и акцизов (начисленных производителями товаров), представляет собой величину валовой прибыли торгового предприятия, или сумму торговых (оптовых) надбавок.

Размер торговых надбавок определяется в ООО «СК-Медфарм», исходя из конъюнктуры рынка (сложившегося спроса и предложения), а также с учетом цен ближайших конкурентов.

Валовая прибыль используется рассматриваемым предприятием для возмещения издержек обращения и других затрат, связанных с осуществлением его хозяйственной деятельности и образованием прибыли от продаж.

Таким образом, рассмотрение механизма формирования прибыли имеет большое значение в процессе анализа деятельности предприятия коррекционной оптики. Необходимо выяснить, какие ассортиментные группы

товаров принесли наибольший доход торговому предприятию. С целью более глубокого изучения влияние ассортимента, в разрезе отдельных товарных групп, на финансовые результаты работы ООО «СК-Медфарм», проведем факторный анализ влияния ассортиментной структуры оборота на величину валовой прибыли торгового предприятия сферы фармацевтической и медицинской продукции. Для проведения вертикального и горизонтального анализа ООО «СК-Медфарм» использует данные бухгалтерской отчетности. Общий финансовый результат отчетного периода отражается в отчетности в развернутом виде и представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации товаров, реализации основных средств, нематериальных активов и иного имущества и результата от финансовой и прочей деятельности; прочих внереализационных операций. В табл. 2.4 приведены данные для факторного анализа влияния ассортиментной структуры оборота, в разрезе отдельных товарных групп, на величину валовой прибыли за 2016 - 2017 годы.

**Таблица 2.4**

**Анализ влияния структуры оборота, в разрезе отдельных товарных групп  
ООО «СК-Медфарм» на величину валовой прибыли<sup>4</sup>**

Показатель	2016 год	2017 год	Отклонение	
			Абсолютное тыс. руб.	Относительно е %
Товарооборот, тыс. руб.	61007	70251	9244	115,15
Себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	30649	34410	3761	112,27
Валовая прибыль, тыс. руб.	3035	35841	5483	118,06
Удельный вес валовой прибыли в общем объеме товарооборота, %	49,76	51,02	1,26	102,53

Таким образом, изменение величины валовой прибыли на 5483 тыс. руб. произошло:

<sup>4</sup> Таблица составлена автором работы в ходе проводимых исследований

- за счет изменения товарооборота:  $9244 \times 0,497615 = 4600$  (тыс. руб.);
- за счет изменения уровня валовой прибыли:  $0,012569 \times 70251 = 883$  (тыс. руб.).

Как видно из табл. 2.4 и приведенных под ней расчетов, позитивно на величине валовой прибыли отразилось увеличение ее уровня в величине всех рассмотренных показателей товарооборота и увеличение размеров оборота по всем указанным ассортиментным группам.

Рост ассортиментной структуры оборота, в разрезе отдельных товарных групп, привел к росту величины валовой прибыли, что является положительным фактором в оценке работы предприятия.

После уплаты налогов прибыль ООО «СК – Медфарм» распределяется следующим образом:

- одна часть используется на расширение производства (фонд накопления);
- другая - на капитальные вложения в социальную сферу (фонд социальной сферы),
- третья - на материальное поощрение работников предприятия (фонд потребления); создается также резервный фонд предприятия.

Для повышения эффективности производства очень важно, чтобы при распределении прибыли была достигнута оптимальность в удовлетворении интересов государства, предприятия и работников. Государство заинтересовано получить как можно больше прибыли в бюджет. Руководство ООО «СК-Медфарм» стремится направить большую сумму прибыли на расширенное воспроизводство. Что касается сотрудников, то они заинтересованы в повышении оплаты труда.

Основными факторами, определяющими размер отчислений в фонды накопления и потребления, могут быть изменения суммы чистой прибыли (Пч) и коэффициента отчислений прибыли в соответствующие фонды (К<sub>і</sub>). Важной задачей анализа является изучение вопросов использования средств фондов накопления и потребления.

Средства этих фондов имеют целевое назначение и расходуются согласно утвержденным сметам. Фонд накопления ООО «СК-Медфарм» используется в основном для финансирования затрат на расширение производства, его техническое перевооружение, внедрение новых технологий и т.д. Фонд социальной сферы предприятием использует на коллективные нужды, фонд потребления - на индивидуальные: вознаграждение по итогам работы за год, материальная помощь. Необходимо отметить, что ООО «СК-Медфарм» использует 30% чистой прибыли на пополнение фонда потребления, 70% - фонда накопления. В процессе анализа устанавливается соответствие фактических расходов расходам, предусмотренным сметой, выясняются причины отклонений от сметы по каждой статье, изучается эффективность мероприятий, проводимых за счет средств этих фондов. При анализе использования средств фонда накопления изучается полнота финансирования всех запланированных мероприятий, своевременность их выполнения и полученный эффект. Рассмотрим порядок распределения прибыли на предприятии (табл. 2.5).

**Таблица 2.5**

**Анализ и оценка структуры распределения чистой прибыли в  
ООО «СК - Медфарм» за 2016-2017 гг.<sup>5</sup>**

Наименование показателя	2016 год	2017 год	Отклонение (+, -)	Темп роста, %
Чистая прибыль, тыс. руб.	17258	19419	2161	3,7
Использовано на пополнение -фонда накопления (70%)	12080	13593	1513	1,7
-фонда потребления (30%)	5177	5825	648	0,7

Признание того факта, что в настоящее время у большинства российских предприятий существуют проблемы по управлению, формированию, распределению прибыли, требует рассмотрения определенных методов разрешения данных вопросов. При распределении прибыли, определении

<sup>5</sup> Таблица составлена автором в ходе проводимых исследований

основных направлений ее использования, прежде всего, учитывается рыночная конъюнктура, которая может диктовать необходимость существенного расширения и обновления производственного потенциала предприятия.

На размер прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, влияют все налоги, уплачиваемые предприятием, независимо от налогооблагаемой базы. Но часть налоговых платежей, таких, как отчисления в пенсионный фонд, платежи в соцстрах, оказывают посредственное влияние на чистую прибыль – через себестоимость продукции и прибыль от реализации – и являются факторами второго порядка по отношению к чистой прибыли. Другая часть налогов, таких, как налог на недвижимость, налог на сбор, содержание и развитие инфраструктуры городов и районов, налог на сбор и содержание транспортных средств, являются прямыми налогами, которые отчисляются от прибыли. Таким образом, изменение чистой прибыли под влиянием налоговых платежей складывается из суммы отклонений в результате изменения налоговой базы и изменения налоговой ставки. Проведем анализ формирования прибыли и результаты отразим в табл. 2.6.

**Таблица 2.6**

**Анализ формирования чистой прибыли ООО «СК - Медфарм» за 2016-2017 гг., тыс. руб.<sup>6</sup>**

Показатели	2016 год	2017 год	Отклонение	Темп изменения, %
Выручка от продажи товаров	69034	77674	8640	6,7
Сальдо операционных доходов и расходов	0	0	0	-
Сальдо внереализационных доходов и расходов	91	283	192	211
Расходы, не учитываемые при налогообложении	0	0	0	0

<sup>6</sup> Таблица составлена автором работы в ходе проводимых исследований



## Окончание таблицы 2.6

Доходы, не учитываемые при налогообложении	0	0	0	0
Налогооблагаемая прибыль	7325	3913	-588	63
Прочие налоги, сборы из прибыли	21	15	-6	- 28,6
Налог на прибыль	170	157	-13	-7,6
Прочие расходы и платежи из прибыли	0	0	0	-

На величину чистой прибыли оказывает налогооблагаемая прибыль и ставка налога на прибыль, а также доходы, облагаемые по специальным, отличным от налога на прибыль, ставкам и вычитаемые из валовой прибыли при расчете налогооблагаемой прибыли. Это факторы второго уровня, влияющие на величину налогооблагаемой прибыли:

- доходы, облагаемые по ставкам, отличным от налога на прибыль;
- размер отчислений в резервный фонд;
- размер льготированных отчислений из прибыли.

ООО «СК-Медфарм» осуществляет распределение, и использование чистой прибыли по следующим направлениям:

- резервирование ее части в соответствии с законодательством и уставом организации;
- накопление для финансирования инвестиций в основной капитал, направляемых в соответствии с законодательством, в том числе на следующие цели:
  - создание и приобретение основных средств;
  - приобретение и (или) создание объектов нематериальных активов, а также их улучшение;
  - погашение ссуд и займов;
  - покрытие убытков прошлых лет;
  - пополнение оборотных средств и др.

### Глава 3 Пути увеличения прибыли в ООО «СК-Медфарм» г.Туапсе

У большинства аптечных организаций существует серьезный потенциал увеличения прибыльности. Но чаще всего он скрыт в недостаточно эффективной работе основных бизнес-процессов, а также в управленческих упущениях. Меры по оптимизации системы управления являются одними из наиболее действенных для повышения эффективности, обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ аптеки за счет внутренних резервов компании. Аптека – учреждение коммерческое. Поэтому вполне понятно, что ее владельцы заинтересованы в увеличении прибыли. Однако растущая конкуренция, увеличение цен на лекарства, желание поддерживать максимальный ассортимент иногда делает аптечный бизнес не слишком рентабельным. Выделим три группы целей, которые сводятся к одной единственной - к увеличению прибыли:

1. Стратегические, которые рассчитаны на средне и долгосрочную перспективу (увеличение товарооборота, увеличение количества потребителей и т.д.).

2. Специфические, которые служат подспорьем для стратегических целей (изучение конкурентов, учет местонахождения аптеки, регулирование сбыта сезонных товаров и т.д.).

3. Пермонентные, быстросрочные цели, зависящие от конкретной ситуации (реагирование на ежегодно-повторяющиеся события, как например хорошая скидка на дорогие витамины для женщин на 8 марта и т.д.).

Прежде чем начать стимулирование сбыта товаров аптечного ассортимента в аптеке должны проводиться следующие организационные мероприятия как определение цели стимулирования сбыта, определение перечня или количества аптечных товаров, подлежащих стимулированию и т.п.

Для повышения эффективности производства ООО «СК-Медфарм» очень важно, чтобы была четко отработанная финансовая политика. Именно

стабильность приведет к увеличению прибыли (дохода) предприятия. Как уже упоминалось в трудах Любушкина Н.П. «максимальное получение прибыли в основном связывается со снижением производственных издержек. Однако, в условиях, когда самими затратами предприятие может управлять, в основном только расход их количества, а цена на каждый входной материал (ресурс) практически неуправляемая, а в условиях не замедляющейся инфляции и бесконтрольности, предприятие крайне ограничено в возможности снижать производственные издержки, добиваясь таким путем увеличения прибыли» [17,с.81]. Поэтому, здесь возникает необходимость переоценки других качественных характеристик, влияющих на увеличение доходов предприятия.

Особой проблемой продолжает оставаться и повышение эффективности деятельности предприятия по поиску заказчика. Прежде всего, необходимо больше внимания уделять повышению скорости движения оборотных средств, сокращения всех видов запасов, добиваться максимально быстрого выполнения работ. Аптечный бизнес, как и любой другой, да еще в нестабильное время, является весьма сложным, и, чтобы увеличить прибыль, нужно серьезно постараться. Сетовать на внешние факторы и объяснять ими малую прибыльность или отсутствие таковой означает снять с себя ответственность, не вникать в причины неудач и не предпринимать действенных шагов по исправлению ситуации. В бизнесе главное — глубокий анализ текущей ситуации, точность выводов и правильность управленческих решений [5,с.81].

Рассмотрим основные способы планирования прибыли от реализации фармацевтической и медицинской продукции, принимая во внимание - метод прямого счета и аналитический. Раскроем на примерах отечественные традиционные методы исчисления прибыли с тем, чтобы в дальнейшем на их основе сформулировать укрупненный подход к максимизации прибыли с учетом зарубежной практики. Метод прямого счета наиболее широко распространен в организациях в современных условиях хозяйствования. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его заключается в том, что прибыль исчисляется как

разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах и полной ее себестоимостью за вычетом НДС, акцизов и налога с продаж [14,с.88].

Расчету прибыли предшествует определение выпуска сравнимой и несравнимой товарной продукции в плановом году по полной себестоимости и в ценах, а также остатков готовой продукции на складе и товаров отгруженных на начало и конец планового года.

Расчет прибыли методом прямого счета прост и доступен. Однако он не позволяет определить влияние отдельных факторов на плановую прибыль, и при большой номенклатуре выпускаемой продукции очень трудоемок.

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу в целях его проверки и контроля. Преимущество этого метода состоит в том, что он позволяет определить влияние отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в предстоящем году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Исчисление прибыли аналитическим методом состоит из трех последовательных этапов [25,с.77]:

— определение базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период;

— исчисление объема товарной продукции в плановом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли на товарную продукцию, исходя из базовой рентабельности;

— учет влияния на плановую прибыль различных факторов: снижения (повышения) себестоимости сравнимой продукции, повышения качества ее и сортности, изменения ассортимента, цен и т.д.

При этом методе прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно. План по прибыли на следующий год разрабатывается в конце отчетного периода. Поэтому для определения базовой рентабельности

используются отчетные данные за истекшее время (обычно за девять месяцев) и ожидаемое выполнение плана на оставшийся до конца года период (за четвертый квартал).

Прибыль в отчетном периоде принимается в соответствии с уровнем цен, действовавших к концу года. Поэтому если в течение истекшего года имели место изменения цен или ставок налога на добавленную стоимость и акцизов, повлиявшие на сумму прибыли, то они учитываются при определении ожидаемой прибыли за весь отчетный период, независимо от времени изменений. Если, например, цены были повышены с 1 октября отчетного года, то это повышение следует распространить на весь период и до 1 октября, так как иначе уровень рентабельности отчетного года не сможет служить базовым для планового периода.

На основе найденного таким образом уровня базовой рентабельности и планируемого объема товарной продукции по себестоимости отчетного года исчисляется прибыль планового года с учетом влияния одного фактора - изменения объема сравнимой товарной продукции. Поскольку плановый уровень рентабельности отличается от базового в результате изменения себестоимости, цен, ассортимента, сортности, то на следующем этапе планирования определяется влияние этих факторов на плановую прибыль. Для окончательного расчета плановой прибыли от реализации продукции учитывается прибыль по остаткам готовой продукции и товаров, отгруженных на начало и конец планового года.

На размер плановой прибыли влияет также изменение цен в плановом периоде. Если цены снижаются или увеличиваются, то предполагаемый процент снижения или увеличения следует исчислять от объема соответствующей продукции. Полученная сумма от снижения или увеличения цен повлияет на уменьшение или увеличение планируемой прибыли.

Заметим, что при прямом методе плановая прибыль определяется как общая сумма без выявления конкретных причин, влияющих на ее величину, а при аналитическом методе выявляются факторы, положительно и отрицательно

влияющие на прибыль. Кроме прибыли от реализации фармацевтической продукции в составе валовой прибыли, как отмечено выше, учитывается прибыль от реализации прочей медицинской продукции и услуг нетоварного характера, прибыль от реализации основных фондов и другого имущества, а также внереализационные доходы (расходы). Прибыль от прочей реализации планируется методом прямого счета. Лишь при незначительной доле этой продукции (услуг) прибыль от реализации определяется исходя из запланированного ее объема в плановом году и рентабельности прошлого года.

Результат от прочей реализации может быть как положительным, так и отрицательным. Прибыль (убытки) от традиционных статей внереализационных доходов и расходов (штрафы, пени, неустойки и др.) определяется, как правило, на основе опыта прошлых лет. Что касается таких статей, как доходы от долевого участия в деятельности других предприятий, от сдачи имущества в аренду, дивиденды, проценты по акциям, облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим предприятию, то они планируются в зависимости от прогнозов в развитии предпринимательской деятельности данного хозяйствующего субъекта. Кроме изложенных выше способов планирования прибыли — методом прямого счета и аналитическим — существует так называемый метод совмещенного расчета. В этом случае применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планового года и по себестоимости истекшего года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и др., выявляется с помощью аналитического метода. Исчисление оптимального размера прибыли становится важнейшим элементом планирования предпринимательской деятельности на современном этапе хозяйствования [23,с.198].

Для прогнозирования максимально возможной прибыли в плановом году целесообразно (исходя из зарубежного опыта рыночных отношений) сопоставить выручку от реализации продукции с общей суммой затрат,

подразделяемых на переменные, постоянные и смешанные. Как отмечалось, к переменным затратам относятся расходы на сырье, материалы, электроэнергию, транспорт и др. Эти затраты изменяются пропорционально изменению объема производства.

Постоянные затраты - это такие, которые не изменяются в зависимости от роста или сокращения объема производства. К ним относятся амортизационные отчисления, оплата труда управленческого персонала, административные расходы и др. В связи с небольшим удельным весом смешанных затрат сосредоточим внимание на переменных и постоянных расходах и попытаемся выявить влияние их изменения на величину прибыли. Дело в том, что прирост прибыли зависит от относительного уменьшения переменных или постоянных затрат. Эффектом операционного рычага называют такое явление, когда с изменением объема продаж (выручки от реализации продукции) происходит более интенсивное изменение прибыли в ту или иную сторону. Очевидно, что по мере возрастания постоянных затрат при прочих равных условиях темпы прироста прибыли сокращаются [18, с.29].

Разницу между объемом продаж и переменными затратами экономисты называют «вкладом на покрытие». Показатель операционного рычага имеет важное практическое значение. Если объем продаж возрастает, например, на 4 %, то, пользуясь показателем операционного рычага, можно заранее определить, что прибыль увеличится на 6%. Определив влияние структуры затрат на прибыль с помощью воздействия операционного рычага, можно сделать вывод: чем выше удельный вес постоянных затрат для ООО «СК-Медфарм» и, соответственно, ниже удельный вес переменных затрат при неизменном объеме продаж, тем сильнее влияние операционного рычага. Однако если бесконтрольно увеличивать постоянные расходы, то резко увеличивается предпринимательский риск - при сокращении выручки от реализации продукции аптечная сеть понесет большие потери в прибыли.

При исследовании взаимосвязи между постоянными и переменными затратами и прибылью важную роль играет анализ безубыточности

производства. Для проведения такого анализа многие отечественные экономисты использовали рекомендации западного предпринимательства. В соответствии с ними, прежде всего, определяется так называемая точка безубыточности реализации продукции. С помощью точки безубыточности определяется порог, за которым объем продаж обеспечивает рентабельность, т.е. прибыльность товаров. Объем продаж, соответствующий точке безубыточности, определяется как отношение постоянных затрат к разности между единицей и частным от деления переменных затрат на объем продаж в стоимостном выражении. Учитывая методы, охарактеризованные выше, можно предположить, что в 2018 г. ООО «СК-Медфарм» сможет увеличить объем товарооборота на 15%, соответственно стоимость реализованных медицинских товаров также вырастет на 15%. За счет экономии расхода денежных средств уровень расходов на реализацию планируется оставить на существующем уровне (небольшой рост +5%). Экономическое обоснование плана прибыли от реализации фармацевтической и медицинской продукции на 2018 г. представим в табл.3.1.

**Таблица 3.1**

**Прогнозирование прибыли от реализации фармацевтической и медицинской продукции на 2018 г. (тыс. руб.)<sup>7</sup>**

Показатели	2017 г. факт	% изменения	2018 г. план	Отклонение
1. Товарооборот	70251	+15%	80788	+10537
2. Себестоимость реализованных товаров	34410	+15%	39572	+5162
2. Валовой доход				
2.1. в сумме	35841	+15%	41217	+5376
2.2. в % к обороту	22,3	0	22,3	-
3. Прибыль от реализации фармацевтической продукции	77674	+20%	93209	+15535
4. Рентабельность продаж	5,04	1,7	6,74	-

<sup>7</sup> Таблица составлена автором в ходе проводимых исследований



Таким образом, прибыль от реализации по плану увеличится на 20 % или на 15,5 млн. руб., а рентабельность продаж соответственно увеличится на 1,7 %. В качестве одного из наиболее конструктивных предложений роста товарооборота как резерва увеличения прибыли является совершенствование рекламной деятельности, проведение мероприятий по более эффективному продвижению товаров фирмы на рынок. В ООО «СК-Медфарм» необходимо разработать и поместить собственный сайт в Интернет. Это, будет положительно характеризовать предприятие фармацевтической отрасли. На нем будет размещена общая информация об аптечной сети, список предлагаемой медицинской продукции, с указанием характеристик, наличием технических описаний на медицинское оборудование. Будут указаны телефоны, почтовые реквизиты, электронная почта. Информация регулярно должна будет пополняться и обновляться. В будущем предоставления возможности заказа товаров через Интернет, используя технологию заказа необходимой продукции прямо на сайте с автоматическим немедленным отправлением заполненного клиентом бланка заказа непосредственно на электронную почту ООО «СК-Медфарм». Необходимо увеличить также консультативную нагрузку на сайт за счет размещения на нем подробных технических описаний, видов маркировки, описания предназначения предлагаемой продукции.

Одним из методов оценки эффективности рекламы в Интернете ООО «СК-Медфарм» с точки зрения популярности сайта и получения на сайт целевой аудитории является учет количества посетителей сайта. Эффективность рекламных площадок (как эффективность затрат на размещение рекламы) определяется стоимостью достижения целевого действия. В данном случае задача состоит в поиске и привлечении новых клиентов и деловых партнеров. Возможны и другие варианты критериев эффективности. Выбор критериев зависит от того, что конкретно необходимо получить от рекламной кампании – звонок пользователя, приобретение им чего-либо через Интернет или просто ознакомление его с рекламным предложением. ООО «СК-Медфарм» рекомендуется внедрить в рекламную деятельность элементы

электронной рекламы. Чтобы выявить, в какой степени реклама повлияет на рост выручки аптеки, проанализируем оперативные и бухгалтерские данные. Дополнительный товароборот под воздействием рекламы определяется по формуле [22,с.37]:

$$T_d = (T_c \times P \times D) / 100 \quad (3.1)$$

где,  $T_d$  - дополнительная выручка под воздействием рекламы, руб.;

$T_c$  - среднегодовая выручка до рекламного периода, руб.;

$P$  - прирост среднедневного товарооборота за рекламный и пострекламный периоды, %;

$D$  - количество дней учета оборота в рекламном и пострекламной периодах.

Об экономической эффективности рекламы можно также судить по тому экономическому результату, который будет достигнут от проведения рекламной кампании ООО «СК-Медфарм». Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительной выручки, полученной под воздействием рекламы, и расходами на нее. Для расчета экономического эффекта используется следующая формула [22,с.46]:

$$\mathcal{E} = T_g \cdot N_m / 100 - (U_p + U_g) \quad (3.2)$$

где,  $\mathcal{E}$  – экономический эффект рекламирования, руб.;

$T_g$  – дополнительная выручка под воздействием рекламы, руб.;

$N_t$  – торговая надбавка на товар, в % к цене реализации;

$U_p$  – расходы на рекламу, руб.;

$U_g$  – дополнительные расходы по приросту выручки, руб.

Однако полученных данных еще недостаточно для соответствия экономической эффективности затрат на проведение различных рекламных мероприятий. Рассмотрим экономическую эффективность предлагаемой

рекламной компании. Средняя торговая надбавка составляет - 33%. Расходы на рекламу в период проводимой рекламной кампании составят 109,5 рублей. Допустим, планируемые дополнительные доходы под воздействием рекламы составят 1 000 000 руб., то по приросту выручки расходы составили бы 10 000 руб. Таким образом, прогноз экономического эффекта от рекламной кампании составил бы следующий расчет:

$$1\ 000\ 000 \times 0,33 - (109\ 500 + 10\ 000) = 210,500$$

Затраты на рекламу оставляют 109 500 руб., а экономический эффект рекламной кампании равен 210,500 руб. Экономический эффект от рекламной кампании больше затрат на рекламу, следовательно данная рекламная кампания является прибыльной для ООО «СК-Медфарм». Полученные результаты предлагаемых мероприятий для совершенствования деятельности свидетельствуют о том, что они экономически эффективны и позволят нивелировать выявленные недостатки в повышении издержек обращения.

Анализ деятельности предприятия показал, что деловые отношения и бизнес для ООО «СК-Медфарм» становятся сложнее. Все больше информации необходимо руководству для принятия правильного решения. Аптека постоянно контактирует с поставщиками материальных ресурсов и покупателями продукции. С точки зрения стратегического управления финансами для руководства чрезвычайно важно получать оперативную информацию о консолидированных результатах деятельности, контактах с поставщиками и клиентами. Важно учитывать, что смена поставщика или изменение условий сотрудничества, могут серьезно сказаться на функционировании аптеки. От того, насколько правильно организованы взаимоотношения аптеки с поставщиками будет зависеть ее успех и конкурентоспособность, поэтому необходимо автоматизировать работу с поставщиками. Для сокращения затрат необходимо найти надежного поставщика, который будет поставлять товар своевременно, по выгодным расценкам и с соблюдением всех стандартов качества. Также необходимо спланировать график закупки партий лекарств, чтобы своевременно восполнять

запасы. В связи с этим необходимо автоматизировать аптеку «СК-Медфарм» новой сетевой версией, включающей в себя несколько программ. Рассмотрев новую автоматизированную версию «М-АПТЕКА плюс», можно выделить ряд ее преимуществ: за счет функций управления ценообразованием автоматизация является важным инструментом для повышения прибыли и экономии оборотных средств. Разнообразные отчеты помогут оценивать, учитывать, формировать и постоянно контролировать величину товарного запаса.

Анализ продаж позволит определить оптимальную частоту и величину заказа. Таким образом, оптимизировав склад, аптека «СК-Медфарм» просто перестанет замораживать средства в товаре, который плохо раскупается. Кроме того - программы для аптек это еще и маркетинговый инструмент.

Статистика продаж, разнообразные дисконтные программы, адаптация ассортимента под требования покупателей, даже определение способа выкладки товара на витрины для удобства покупателей - для всего этого можно использовать системы автоматизации. Важно только точно представлять для каких целей будут использоваться те или иные отчеты. Программа автоматизации помогает владельцу аптеки (или сети аптек) оперативно получать достоверную информацию о состоянии бизнеса, а соответственно принимать своевременные решения в зависимости от ситуации: включает в себя возможность напрямую работать с поставщиками, распределять товар и формировать расширенную аналитическую информацию и консолидированную отчетность.

Первый этап. Приобретение и получение товара от поставщиков.

1) Расчет потребности. «Расчет потребности по не уменьшаемому остатку», вычисляет потребность как разницу между минимальным и реальным остатком (рис.3.1).

2) Заказ товара. Система предоставляет возможность сформировать заявки как на основании дефектуры, так и на основе справочника неснижаемых остатков, а также на основании расчета требуемого количества товара (расчет потребности) с учетом аналогов в соответствии с темпами реализации и

определенных заранее не уменьшаемых остатков - как для аптеки, так и для склада по поставщикам (рис. 3.2).

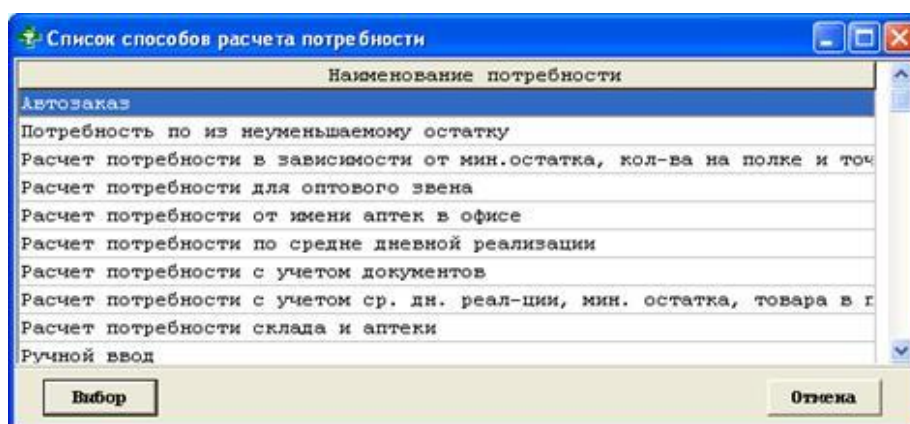


Рис. 3.1. Список способов расчета потребности<sup>8</sup>



Рис. 3.2. Сводный прайс-лист<sup>9</sup>

3) Дополнительный модуль «Управление запасами». Модуль управления запасами позволяет многократно упростить и ускорить процесс заказа товара в аптечной организации, а также систематизировать процесс формирования наценки в зависимости от линейки бренда и от спроса в данный момент времени. Ценообразование товара производится с учетом всех правил и ограничений наценок (в том числе - для специфических групп товаров) в

<sup>8</sup> Фрагмент файлового окна программы «М-АПТЕКА»

<sup>9</sup> То же

полуавтоматическом или, после выбора и настройки схемы ценообразования, в автоматическом режиме. Для этого пользователь системы формирует справочник групп товаров (лечебная косметика, травы и т.п.), для каждой из которых определяется свой процент наценки. Это позволяет гибко настроить формирование цен товара аптеки. Например, если закупочная цена на препарат составляет 400 рублей, при наценке в 20%, розничная цена становится 480 рублей, а аптека с упаковки получает 80 рублей. Если же рассмотреть менее популярный препарат по закупочной цене 300 рублей, при наценке 40%, розничная цена будет 420 рублей (более привлекательно для потребителя), при этом аптека получает с упаковки 120 рублей (рис. 3.3).

Спецгруппа товара	% розн. наценки		% опт. наценки		импорт. товар с учётом постр.	
	от изг.	от постр.	от изг.	от постр.	% розн.	% опт.
ЖВЛС	25	25	15	15	160	100
ЖВЛС-1	160	160	100	100	160	100
Лекарственные травы	45	46	10	12	160	100
Лечебная косметика	160	160	100	100	160	100
льгота	30	40	20	20	50	50
Недикоменты от врачей						
Медтехника	60	60	30	30	160	100
Общая 1	40	30	20	17	160	100
Подгузники д/детей	50	100	100	100	160	100
Предметы женской гиги.	50	100	56	24	160	100
Презервативы	50	100	100	100	160	100
Прочие	50	100	100	100	160	100
рецепты	160	160	100	100	160	100
Ср-ва по уходу за ног.	50	100	100	100	160	100
Ср-ва по уходу за по.	50	100	100	100	160	100

Максимальные и минимальные торговые наценки для всей системы по умолчанию  
 max % розн 1 000 min % розн 0 max % опт 300 min % опт 5  
 max % прев. реестра 0 max % посредн. 15 max % услуг 17 max % для расч. опт. цены 15

Алгоритм ценообразования используется с даты 01.02.2008

Рис. 3.3. Настройка наценок на группы товаров<sup>10</sup>

Второй этап. Приходование товара в аптеке.

1) Приемка товара. Предусмотрена возможность получения электронных накладных (и автоматическое оприходование по ним) как от внутренних контрагентов (подразделений сети) по внутрисистемной почте, так и от сторонних организаций (поставщиков товара). Также предусмотрена возможность получения и хранения графических копий сертификатов. После

<sup>10</sup> Фрагмент файлового окна программы «М-АПТЕКА»

сверки бумажной и электронной накладной, товар оприходуется в системе и автоматически встает на остатки аптеки, что снизит

2) Аналитическая отчетность. Система позволяет получать отчетность по товару для определения лидеров продаж, упущенной прибыли, контроля сроков годности, принятия решения по уменьшению остатков наименее продаваемого товара, анализа реализации товара и т.п. Предусмотрена возможность создания графических отчетов. Благодаря использованию интегрированного в систему электронного справочника «Видаль» появляется возможность быстрого поиска аналогов и аннотаций по препаратам.

3) Консультирование. Работа провизора по консультированию покупателей должна быть плановой и основанной на знании задач аптеки при работе с ассортиментом, владении технологиями продаж при работе с ключевыми позициями ядра ассортимента, приносящими аптеке максимальную прибыль. Управление рекомендациями и продажами со стороны фармацевта поможет уменьшить зависимость ядра ассортимента от динамики внешних факторов. Фармацевту необходимо знать и учитывать особенности получения аптекой прибыли от комплексной покупки, то есть в работе с терапевтическими цепочками важно предлагать из списка препаратов, предназначенных для допродажи, наиболее прибыльные позиции. По сути, консультирование является продолжением финансовой политики аптеки. Фармацевт активно продает те товары, которые были определены ранее в процессах формирования ассортимента и ценообразования. Это касается и тех ситуаций, когда нужно или приходится производить замену препарата на аналог или препарат со сходным терапевтическим действием. Правило то же: замена должна быть произведена на более прибыльный препарат. Ну и конечно профессиональное обслуживание сочетает в себе компетентность и способность формировать доверие к своему мнению и аптеке в целом. Доверительные отношения с покупателями также являются залогом увеличения прибыльности аптеки. Оценим эффективность предложений по внедрению CRM-системы на изменении финансовых показателей (табл. 3.3).

Как видно из результатов таблицы, в результате проведенных мероприятий за счет использования разных параметров автоматизированной программы, ожидается рост прибыли от реализации фармацевтических и медицинских товаров примерно на 70%. Внедрение автоматизированной системы позволит воплотить в жизнь генеральную стратегию рассматриваемого предприятия – расширения масштабов деятельности: возможности повысить товарооборот, снизить расходы на реализацию, расширить ассортимент товаров и, тем самым, выйти на новый конкурентный уровень. Более того, в результате успешного внедрения, предприятия сможет справиться с проблемой затоваривания товаров, колеблющимися дебиторской и кредиторской задолженностями, поскольку вся необходимая информация будет представлена в систематизированных базах данных по имеющимся ресурсам, клиентам предприятия.

**Таблица 3.3**

**Эффективность предложений внедрения автоматизированной системы на  
финансовые показатели ООО «СК-МЕД», тыс.руб.<sup>11</sup>**

Показатели	До внедрения	Процент изменения после внедрения	После внедрения	Эффективность внедрения
Товарооборот	70251	1%	70954	703
Себестоимость реализованных товаров	34410	-5%	32690	1720
Прибыль (убыток) от реализации	77674	70	132045	54371

<sup>11</sup> Таблица составлена автором работы в ходе проводимых исследований



## Заключение

Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности, создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социальных и материальных потребностей трудовых коллективов. Она позволяет осуществлять капитальные вложения в производство (тем самым расширяя и обновляя его), внедрять нововведения, решать социальные проблемы на предприятии, финансировать мероприятия по его научно-техническому развитию. Помимо этого прибыль является важным фактором в оценке потенциальным инвестором возможностей компании, служит показателем эффективного использования ресурсов, то есть необходима для оценки деятельности предприятия и ее возможностей в будущем [16, с.55].

Все эти факторы, влияющие на величину массы прибыли, являются функцией многих условий. Так, во-первых, объем продаж зависит от эффективности осуществления коммерческой работы: от умения создавать выгодные условия для реализации своей продукции, т.е. организовать рекламу, сбыт, сформировать ценовую и товарную политику и т.д.; во-вторых, уровень издержек производства зависит от рациональности организации производства и труда, выбранной технологии, технической оснащенности предприятия. Важнейшими факторами, определяющими прибыль, являются: внедрение нововведений, отсутствие страха перед рисками (риск как источник прибыли), рациональное использование средств, достижение оптимальных объемов деятельности. Прибыль - это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия.

В качестве исследуемого предприятия было выбрано ООО «СК-Медфарм» в г.Туапсе. Результаты исследования позволили сделать следующие **выводы**: выручка от реализации фармацевтическими товарами увеличилась по

сравнению с 2016 годом на 4,2 %, приобрела популярность реализация медицинскими товарами и ортопедическими изделиями, которая составила 4,44 % по сравнению прошлым отчетным периодом. Прослеживается снижение выручки от реализации лечебного, детского, диетического питания, но данный факт остается незначительным и не влияет на выручку по основной деятельности. Как следует из результатов, на протяжении 2015 - 2017 годов товарооборот предприятия фармацевтической продукции ООО «СК-Медфарм» имело тенденцию к росту и составил в 2017 году 77674 тыс. руб., что на 16519 тыс. руб. или 27,01 % больше чем в 2015 году и на 8640 тыс. руб. или 12,52 % больше чем в 2016 году. Данное увеличение обусловлено как ростом объемов реализованных товаров в натуральном выражении, так и ростом закупочных цен на них. В 2017 году себестоимость проданных медицинских товаров составила 37970 тыс. руб., что больше аналогичного показателя 2015 года на 6582 тыс. руб. или 20,97 % и больше чем в 2016 году на 3618 тыс. руб. или 10,53 %. Удельный вес себестоимости проданных товаров в объеме товарооборота составил в отчетном периоде 48,88 %, что меньше аналогичного показателя 2015 года на 2,45 % и меньше чем в 2016 году на 0,88 %. Снижение показателя удельного веса себестоимости в выручке от продаж объясняется оптимизацией работы с поставщиками и ростом объемов поставок, вследствие чего, поставщики отпускали товары по более привлекательным для ОАО «СК-Медфарм» ценам.

Величина издержек обращения торгового предприятия составила в 2017 году 35791 тыс. руб., что больше чем в 2015 году на 41,66 % и больше чем в 2016 году на 30,83 %. Удельный вес издержек обращения в выручке от продажи товаров составил в отчетном году 46,08 %, что больше аналогичных показателей предшествующих периодов, соответственно, на 4,77 и 6,45 %.

Нельзя не отметить тот момент, что под влиянием снижения размера прибыли от продаж, рентабельность торговой деятельности составила в 2017 году 5,3 %, что меньше аналогичного показателя 2015 года на 2,64 процентных пункта и меньше показателя 2016 года на 6,57 %.

В качестве предложений по решению проблемы снижения прибыли был рассмотрен ряд мероприятий: необходимо использовать точку безубыточности, которая определяет порог, за которым объем продаж обеспечивает рентабельность, т.е. прибыльность товаров. Объем продаж, соответствующий точке безубыточности, определяется как отношение постоянных затрат к разности между единицей и частным от деления переменных затрат на объем продаж в стоимостном выражении. Учитывая методы, охарактеризованные выше, можно предположить, что в 2018 г. ООО «СК-Медфарм» сможет увеличить объем товарооборота на 15%, соответственно стоимость реализованных медицинских товаров также вырастет на 15%. За счет экономии расхода денежных средств уровень расходов на реализацию планируется оставить на существующем уровне (небольшой рост +5%). В ООО «СК-Медфарм» необходимо разработать и поместить собственный сайт в Интернет. Это, будет положительно характеризовать предприятие фармацевтической отрасли. На нем будет размещена общая информация об аптечной сети, список предлагаемой медицинской продукции, с указанием характеристик, наличием технических описаний на медицинское оборудование. ООО «СК-Медфарм» рекомендуется внедрить в рекламную деятельность элементы электронной рекламы. Чтобы выявить, в какой степени реклама повлияет на рост выручки аптеки, проанализируем оперативные и бухгалтерские данные. С точки зрения стратегического управления финансами для руководства чрезвычайно важно получать оперативную информацию о консолидированных результатах деятельности, контактах с поставщиками и клиентами. Для сокращения затрат необходимо найти надежного поставщика, который будет поставлять товар своевременно, по выгодным расценкам и с соблюдением всех стандартов качества. Также необходимо спланировать график закупки партий лекарств, чтобы своевременно восполнять запасы. В связи с этим необходимо автоматизировать аптеку «СК-Медфарм» новой сетевой версией, включающей в себя несколько программ. Рассмотрев новую автоматизированную версию «М-АПТЕКА плюс».

## Список использованной литературы

1. Артеменко В.Т. Финансовый анализ. – М.: НГАЭиУ, 2015. – 628 с.
2. Баканов М.И. Теория экономического анализа: учеб. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 536 с.
3. Бердникова Т.Б., Прохорова М.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 915 с.
4. Башина О. Э. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: учеб.пособие. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 440 с.
5. Губин В.Е. Анализ финансово - хозяйственной деятельности: учеб. пособие. - М.: Инфра-М, 2013. - 336 с.
6. Громовержец Б.П., Гасюк Г.Д., Мороз Л.А., Чухрай Н.И. Фармацевтический маркетинг: учеб. пособие. – М.: Просвет, 2016. - 916 с.
7. Душенькина Е.А. Экономика предприятий: конспект лекций. – М.: электронное издание: Эксмо, 2017. - 805 с.
8. Дорофеева В.В. Управление и экономика фармации. Экономика аптечных организаций : учеб. пособие. - М.: Академия, 2014. - 432 с.
9. Кирьянова З. В. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие для бакалавров. - М.: Юрайт, 2014. - 426 с.
10. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб.пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 641 с.
11. Максиминова Е.А. Финансовый учет фармацевтического предприятия. - М.: Книжный мир, 2016. - 542 с.
12. Мелехина Т.И. Бухгалтерский учет и налогообложение: отраслевые особенности в здравоохранении. - М.: МОСГУ, 2016. – 599 с.
13. Руднев Р. В. Направления анализа финансового состояния организации применительно к целям управления и потребностям пользователей / Р.В. Руднев // Аудитор. - 2013. - № 10. - С.52.

14. Скрынник Е.Е. Анализ и оценка финансовой деятельности организации. - М.: Лаборатория книги, 2014. - 897 с.
15. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. - 5-е изд., перераб и доп. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 536 с.
16. Третьякова Е.А. Управление бизнес-процессами фармацевтических организаций: диссертация д. э. н. / Е. А.Третьякова. - Ижевск, 2016. - 439 с.
17. Финансовый анализ ООО «СК-Медфарм» за 2015-2017 годы. – Т.: Туапсинская типография, 2017. - 159 с.
18. Финансовый менеджмент: учеб. / Под ред. Е.С.Стойковой. - М.: Перспектива, 2017.- 616 с.
19. Хайруллин А.Г. Управление финансовыми результатами деятельности организации. // Финансовый анализ. - 2016. - № 10. - С. 35.
20. Хунгуреева И.П., Шабыкова Н.Э., Унгаева И.Ю. Экономика предприятия. - Улан-Удэ.: ВСГТУ, 2014. - 740 с.
21. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий - М.: ИНФРА-М, 2015. – 899 с.
22. Экономика организаций (предприятий): учеб./ под ред. И.В. Сергеева. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. - 560 с.
23. Экономика предприятия: учеб. пособие / В.П. Волков, А.И. Ильин, В.И. Станкевич и др. - М.: Новое знание, 2013. - 677 с.
24. Экономика предприятия: учеб. / Под ред. проф. О.И. Волкова – М.:ИНФРА – М, 2014. – 716 с.
25. Юркова Т.И., Юрков С.В. Экономика предприятия: учеб. пособие. - М.: Эксмо, 2016. - 1200 с.

