

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

На тему Анализ прибыли предприятия

Исполнитель Атаев Ровшен Тойлыевич
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель старший преподаватель
(ученая степень, ученое звание)

Чалганова Алла Анатольевна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой


(подпись)

Доктор экономических наук, профессор
(ученая степень, ученое звание)

Курочкина Анна Александровна
(фамилия, имя, отчество)

7 июля 2019 г.

Санкт-Петербург
2019

Оглавление

Введение	3
Глава I. Теоретические основы оценки финансового состояния, анализа прибыли и рентабельности предприятия	
1.1 Сущность оценки финансового состояния деятельности предприятия.....	6
1.2 Понятие и значение прибыли и рентабельности организации.....	22
1.3 Методика анализа и планирования прибыли организации.....	36
1.4 Методика анализа и экономические факторы, влияющие на величину показателя рентабельности организации.....	42
Глава II. Анализ прибыли ООО «СевЗапТорг»	
2.1 Общая характеристика деятельности ООО «СевЗапТорг».....	49
2.2 Анализ организационной структуры и системы управления ООО «СевЗапТорг».....	51
2.3 Анализ показателей финансовой деятельности ООО «СевЗапТорг».....	54
2.4 Анализ формирования прибыли ООО «СевЗапТорг».....	64
2.5 Анализ внутренней и внешней среды ООО «СевЗапТорг».....	68
2.6 Мероприятия по повышению показателей прибыли ООО «СевЗапТорг».....	72
Заключение.....	77
Список использованной литературы.....	79

Введение

На сегодняшний день в связи с ответственностью за результаты финансовой деятельности предприятия перед акционерами, банками и работниками значение анализа прибыли предприятия стало необходимостью первой очередности.

Рыночная экономика состоит из условий, которыми являются удовлетворение потребностей потребителей посредством производства продукции и услуг с наличием высокого качества при минимальных затратах на ресурсы произведенной единицы. Рыночная экономика является рычагом роста социально-экономического развития страны. Осуществление этой задачи обуславливается непрерывным увеличением прибыли предприятия.

Прибыль позволяет улучшить качество производимой продукции, создать радикальные или инкрементальные новшества продукции предприятия. Прибыль подразумевает многозначные экономические категории. Эффективность коммерческого расчета, ценообразование зависит от рационального использования экономических ресурсов предприятия. Состояние организации, в котором доходы превышают расходы подразумевает способность организации к самофинансированию.

Актуальностью выбранной темы бакалаврской выпускной квалификационной работы является важный элемент анализа прибыли предприятия. Размер прибыли характеризуется не только эффективностью использования экономических ресурсов, а именно показателем рентабельности. Рентабельность подразумевает распределение затраченных ресурсов в отношении к вновь приобретенным ресурсам или прибыли. Наличие навыков анализа прибыли предприятия открывает возможности принимать управленческие решения компетентными методами для снижения рисков предприятия, выявлять показатели и методы повышения прибыли предприятия. Необходимость проведения экономического анализа в

современных условиях рыночной экономики является практической потребностью в изучении анализа прибыли исследуемого предприятия, что тем самым определяет разработку теоретических и методических вопросов анализа прибыли предприятия.

Целью анализа прибыли предприятия является выявление этапов развития компании в прошедших кварталах, оценка состояния на сегодняшний день, создание стратегии для будущего, анализ прибыли предприятия. В соответствии с поставленной целью анализа прибыли предприятия, были поставлены следующие задачи:

- Дать общую характеристику деятельности ООО «СевЗапТорг»;
- Провести анализ организационной структуры и системы управления ООО «СевЗапТорг»;
- Провести анализ показателей финансовой деятельности ООО «СевЗапТорг»;
- Провести анализ формирования прибыли ООО «СевЗапТорг»;
- Проанализировать внутреннюю и внешнюю среду ООО «СевЗапТорг»;
- Разработать предложения по повышению прибыли ООО «СевЗапТорг».

Объект исследования – ООО «СевЗапТорг».

Предмет исследования – результаты деятельности предприятия в сфере экономики.

Теоретические и организационно - методические проблемы, связанные с анализом прибыли предприятия, являются объектом многих ученых-экономистов.

Новизной выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по повышению эффективности прибыли деятельности ООО «СевЗапТорг».

Информационную основу составили: широкий спектр зарубежной и отечественной научной литературы, годовые отчеты, бухгалтерский баланс за

2016-2018 гг., научная и специализированная литература, нормативно-правовая документация, регламентирующая деятельность отелей, ресурсы сети Интернет, а также материалы, собранные автором при осуществлении практической деятельности на предприятии ООО «СевЗапТорг».

Структура выпускной квалификационной работы состоит: из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Глава I. Теоретические основы оценки финансового состояния, анализа прибыли и рентабельности предприятия

1.1 Сущность оценки финансового состояния деятельности предприятия

Повышение конкуренции во всех сферах деятельности в России возникли в связи со сложившимися экономическими факторами рыночного развития. Основа финансовой составляющей деятельности – это финансовое состояние, ее управление же в свою очередь обеспечивает стабильность и выживаемость хозяйствующих субъектов [1].

Проанализировав все выше представленные определения, можно выявить один общий термин. *Финансовое состояние* – это способность предприятия осуществлять финансовую активность, выраженную в использовании и размещении финансовых ресурсов с учетом факторов, позволяющих оценить такие возможности. Само понятие финансовое состояние очень комплексное. Оно характеризует не только реальную, но и потенциальную конкурентоспособность предприятия, а также оно отражает наличие, дистрибуцию и использование финансовых ресурсов. Это все ведет к тому, что финансовое состояние демонстрирует действенность системы управления финансовыми ресурсами предприятия, являющейся главным объектом анализа.

Следовательно, мы можем использовать финансовое состояние в качестве характеристики финансовой деятельности предприятия. А это означает, что, отражая наиважнейшие результаты финансовых процессов и явлений субъектов менеджмента, финансовое состояние – это один из важнейших показателей.

Большое влияние на финансовое состояние оказывает финансовые, коммерческие и производственные направления деятельности организации. Обеспечение необходимого выпуска продукции и ее реализации,

формирование потоков денежных средств осуществляется за счёт процессов производственно-коммерческой деятельности. Положительное или отрицательное влияние на финансовое состояние предприятия оказывается в результате выполнения или, наоборот, невыполнения финансового плана. Невыполнение ведет к уменьшению выручки из-за повышения себестоимости продукции, а это, в свою очередь, влечет за собой ухудшение финансового состояния предприятия [2].

Финансовое состояние подразделяется на 2 вида: устойчивое и неустойчивое.

Устойчивому состоянию характерны неконфликтные отношения с обществом, своевременные оплаты обязательств (налогов, пошлин, долгов, кредитов, заработных плат и так далее), а в случае непредвиденных обстоятельств перенос срока платежа.

Устойчивость финансового состояния обеспечивается за счет следующих признаков:

- оплаты, произведенные вовремя, то есть полное отсутствие в срок не погашенных задолженностей перед различными кредиторами (поставщиками, банком и так далее);

- участие личных средств в финансировании ресурсов (не менее 50% от общего имущества предприятия)

К неустойчивому финансовому состоянию приводят:

- нерациональное размещение ресурсов, денежных средств, которое ведет к недостатку финансирования и к началу использования основных фондов, либо же к увеличению задолженностей, которые в последствие предприятие не способно покрыть, так как становится неплатежеспособной;

- вызванная осуществлением убыточной деятельности, недостаточность собственных ресурсов, средств приводит к использованию ресурсов и финансовых средств не по назначению (то есть к их иммобилизации). Убыточная деятельность в свою очередь связана с перерасходом средств на производство и распределение продукции, с

неправильным процессом ценообразования, с нерациональными расходами и так далее.

- нерациональное инвестирование в средствах в большом количестве во Внеоборотные активы, то есть в последствие уменьшение оборотных средств, что может привести к образованию долгосрочных активов за счет обязательств краткосрочного характера [5].

Вероятность банкротства и эффективность использования финансовых ресурсов возможно рассчитать, основываясь на оценке финансовой устойчивости, которая определяется при помощи анализа финансового состояния хозяйствующих субъектов.

Данный анализ способствует повышению эффективности деятельности предприятий, так как в анализе отражаются объекты, за счет которых было бы возможно повысить объемы финансовых ресурсов.

Решение нижеприведенных задач необходимо при проведении финансового анализа:

- базируясь на показателях различных деятельностей (производственной, финансовой, коммерческой) и на их взаимосвязях, провести оценку выполнения плана по доходам и расходам;

- для того чтобы определить, что оказывает влияние на изменение финансового состояния, провести моделирование и диагностику;

- основываясь на полученные результаты и нынешнюю ситуацию, составить прогнозы дальнейшей финансовой деятельности;

- и по итогу принять определенные меры для повышения эффективности использования финансовых ресурсов и для улучшения финансового состояния.

Анализ финансового состояния состоит из данных блоков:

- качественная оценка базовой информации для проведения анализа и достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия;

- оценка динамики изменения финансовых ресурсов, их состава и структуры;

- оценка динамики изменения имущества предприятия, его состава и имеющейся структуры;
- оценка коэффициентным способом деловой активности субъекта анализа;
- определение типа финансовой устойчивости, ее общего уровня, оценка полученных данных;
- оценка ликвидности средств предприятия, определение платежеспособности;
- общая оценка степени убыточности деятельности, вероятности наступления банкротства;
- определение основных моментов реабилитации, комплексных стратегий улучшения деятельности и повышения уровня финансовой устойчивости и финансового состояния в целом [4].

Анализ финансового состояния в наше время для данных целях используется не только со стороны директоров и руководителей подразделений предприятий, но также и со стороны бизнесменов и инвесторов (для выявления результатов использования ресурсов), банков (для расчета вероятности невозврата денежных средств, а также для определения условий кредита), поставщиков (для своевременной оплаты отгруженной продукции), налоговых инспекций (для проверки верности поступления денежных средств в бюджеты и т.д.). В зависимости от показателей анализ подразделяется на внешний и внутренний.

Основной целью проведения внутреннего анализа различными службами предприятия является составление плана деятельности для получения максимальной прибыли и исключения вероятности банкротства, так как результаты анализа используются для планирования дальнейшей деятельности.

Цель внешнего анализа – поиск возможности внешнего размещения средств для получения максимальной прибыли и исключения потерь, так как этот вид анализа используется в основном инвесторами и поставщиками

различных материальных и финансовых ресурсов, при этом проводится анализ на базе публикуемых финансовых отчетностей предприятий. Внешний анализ обладает такими особенностями:

- большое количество организаций, использующих информацию о деятельности предприятия при проведении анализа;
- множество целей анализа и интересов субъектов, проводящих его;
- существование типовых стандартов и методов учета и отчетности;
- анализ проводится лишь на основе внешней отчетности;
- по причине предыдущего пункта ограниченность возможностей проведения анализа;
- открытость результатов внешнего анализа [6].

Анализ финансового состояния проводится на основании следующих источников информации: технические особенности производственной деятельности;

- нормативное регулирование деятельности;
- плановые показатели, система бизнес-планирования;
- учет хозяйственной деятельности (экономический, оперативный, бухгалтерский, статистический);
- публикуемая и непубликуемая финансовая (бухгалтерская) отчетность предприятия, в том числе квартальная, данные статистики (статистическая отчетность);
- другого рода информация, публикуемая в средствах массовой информации, электронных источниках, маркетинговых исследованиях и так далее.

Главным источником информации в финансовом анализе выступает бухгалтерский баланс, так как именно в нем отражаются все операции, связанные с потоком денежных средств. Бухгалтерский баланс демонстрирует финансовое состояние субъекта на момент даты его оформления. При проведении анализа используются также и другие формы отчетности:

- «Отчет о финансовых результатах» (для определения финансовых

потерь, причин их возникновения и последствий, к которым они привели). Основным показателем данного отчета –выручка.

- «Отчет об изменениях капитала» (для определения использования отдельных частей собственных ресурсов). Указанный в справке к данному отчету размер чистых активов – признак реальности использования собственного капитала (в том числе и уставного).

- «Отчет о движении денежных средств» (для определения силы таких потоков, зависимости от внешних источников и уровня самостоятельности) [7].

В дополнение к формам бухгалтерской отчетности используются статистические данные, например, П-2 «Сведения об инвестициях» и П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации». Вторая форма (П-2) раскрывает информацию за предыдущий и отчетный год долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений в нескольких разрезах - виды инвестиций в основной капитал, нематериальные и другие нематериальные активы, источники инвестиционных средств. Третья форма (П-3) содержит сведения по прибыли (убытку) за прошлый и отчетный год, общее состояние расчетов на предприятии (наличие дебиторской и кредиторской задолженностей, в том числе просроченной, по видам), наличие оборотных средств, состояние расчетных отношений с другими предприятиями, в том числе зарубежными.

В дополнение к бухгалтерской отчетности, при анализе финансового состояния могут использоваться данные аналитического учета для более детального исследования неликвидных средств, задолженности, структуры и состояния расчетов с дебиторами и кредиторами, заемными средствами, в том числе по срокам образования.

Информация, полученная из вышеперечисленных источников, необходима для того, чтобы оценить финансовое состояние предприятия с краткосрочной и долгосрочной перспектив.

Как можно было уже понять, для разработки эффективной политики

предприятия анализ финансового состояния жизненно необходим. Результаты анализа помогают своевременно принимать меры по устранению проблем различного уровня, максимизировать доходы и минимизировать вероятность банкротства за счет своевременного принятия мер по устранению отрицательных воздействий внешних и внутренних факторов.

Качество анализа же, в свою очередь, будет напрямую зависеть от достоверности полученной информации (т.е. от составления бухгалтерского отчета), а также от профессионализма и ответственного отношения лиц, проводящих данный анализ [7].

В связи с большой разновидностью задач, выполняемых за счет анализа финансового состояния, в настоящее время нет единого определенного способа его проведения.

Методика анализа предназначена для оценки использования и размещения финансовых ресурсов и для улучшения финансового состояния. Для этого в процессе проведения аналитических действий используют стандартные методы чтения бухгалтерской (финансовой) отчетности:

- горизонтальный (временный) анализ (сравнение пунктов с предыдущими периодами для выявления закономерностей изменений отдельных статей)
- вертикальный (структурный) анализ (определение структурных элементов ключевых показателей отчетности и степени влияния таких элементов на общих результат.).
- трендовый анализ (определение тенденции изменений на протяжении предшествующих лет, исключив редкие случаи (случайные события) за отдельные периоды). Данный анализ способствует составлению перспективного прогнозного анализа, получению возможных будущих показателей;
- анализ относительных показателей (коэффициентов) (анализ и интерпретация финансовой отчетности при помощи набора финансовых показателей (коэффициентов);

- сравнительный (пространственный) анализ (сравнение выполняется не только на внутреннем уровне (между отдельными цехами, подразделениями), но также и на внешнем уровне, т.е. сравниваются показатели данного предприятия с конкурирующими);

- факторный анализ (выявление причин и степени влияния переданных факторов на изменение результативного показателя с использованием детерминированных и стохастических приемов исследования. При этом выделяют прямой факторный анализ (собственно анализ) - разделение результативного показателя на отдельные составляющие элементы - и обратный (синтез) - соединение элементов в общий результативный показатель) [8].

Методику анализа финансового состояния предприятия можно отразить так (рисунок 1.1).

Анализ пассива баланса позволяет на первом этапе определить эффективность размещения и использования финансовых ресурсов [8].

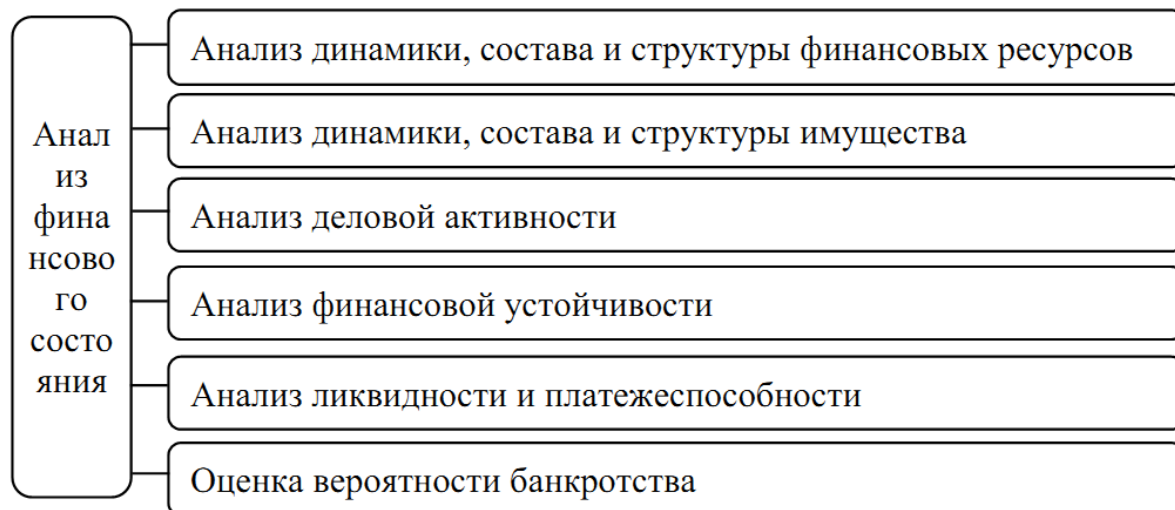


Рисунок 1.1 – Этапы анализа финансового состояния предприятия

Пассивы классифицируются в зависимости от 2 признаков: от юридической принадлежности средств и от длительности их нахождения в обороте.

В зависимости от длительности ресурсы можно разделить на перманентный капитал и краткосрочные обязательства, а по юридической

принадлежности они могут быть собственными и заемными (рисунок 1.2).

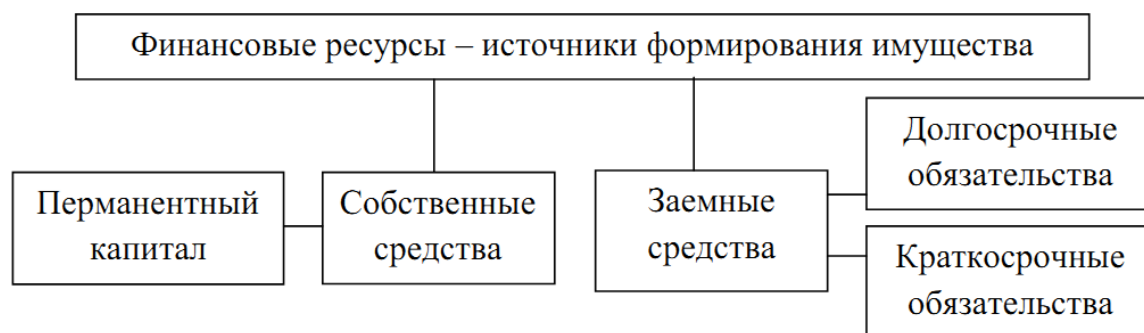


Рисунок 1.2 – Состав финансовых ресурсов по срокам использования и юридической принадлежности

Перманентный капитал образуют финансовые ресурсы, которые долгое время используются в процессе формирования активов [8].

Оценка динамики собственного и заемного капитала формируется на базе сопоставления темпов роста основных элементов финансовых ресурсов. Преимущественный рост заемного капитала, приводящий к увеличению его удельного веса в структуре финансовых ресурсов, оценивается положительно, при условии, что экономическая рентабельность больше средней процентной ставки за пользование кредитными ресурсами, то есть если эффект финансового рычага имеет положительное значение. В противном случае приветствуется более интенсивный рост собственного капитала, приводящий к повышению его удельного веса в общей величине финансовых ресурсов.

Положительной структуру финансовых ресурсов можно оценить в том случае, если в ней доминирует удельный вес капитала с меньшей ценой. Но несмотря на это, организация финансово независимой может считаться лишь если на собственный капитал приходится не менее 50% с преобладанием в ней накопленной части (нераспределенной прибыли и пополненной за счет нее капитал и резервы). Соответствие данных пунктов будет говорить о том, что организация независима от внешних источников финансирования. Но все же не стоит забывать, что в отраслях с низкой фондоемкостью (предприятия с низким значением удельного веса внеоборотных активов) низкая доля собственного капитала – допустимый факт. В таких случаях за признак

финансовой независимости стоит учитывать долю собственных оборотных средств в финансировании текущих активов [9].

Следующий этап анализа вбирает в себя анализ динамики, состава и структуры имущества, определяющий эффективность использования финансовых ресурсов в зависимости от целесообразности их размещения в активах. Значение данного этапа анализа заключается в формировании обоснованной оценки динамики активов, их состава и структуры, степени вложений капитала в них, а также в выявлении резервов роста.

Критерии оценки состава и структуры имущества:

- экономический потенциал предприятия не всегда будет увеличиваться с ростом стоимости имущества, так как рост может быть по неликвидным статьям актива (например, долгосрочная дебиторская задолженность, сверхнормативные запасы сырья и материалов, не пользующаяся спросом готовая продукция и товары для перепродажи и т.д.);
- в структуре предприятия производственной сферы чаще всего преобладают внеоборотные активы, в сфере обращения больший удельный вес приходится на оборотные активы;
- рост удельного веса внеоборотных активов свидетельствует о повышении уровня финансовой устойчивости организации;
- рост удельного веса оборотных активов создает предпосылки для ускорения оборачиваемости имущества в целом в случае их рациональной структуры;
- крайне отрицательно оценивается рост долгосрочной (более 12 месяцев) дебиторской задолженности в ее абсолютной форме и рост ее удельного веса.
- на основе преимущественного удельного веса соответствующих видов внеоборотных активов определяют тип стратегии руководства предприятия (производственный, инновационный и инвестиционный). Соответствующие виды внеоборотных активов детально изучаются затем уже в зависимости от типа стратегии [10].

Следующим этапом идет изучение эффективности использования финансовых ресурсов. Данные показатели относятся к оценке деловой активности, которая проводится на третьем этапе анализа финансового состояния.

Базируясь на качественные и количественные показатели оценивают деловую активность, которая, в свою очередь, определяет эффективность использования ресурсов в процессе различных видов деятельности. Когда речь идет о качественных показателях, то учитываются широта рынка сбыта, имидж в среде партнеров по бизнесу, наличие товарного знака, известного за пределами региона деятельности, развитое международное сотрудничество и т.д. К количественным показателям относят коэффициенты оборачиваемости. Проводится количественная оценка по 2 направлениям: степень выполнения установленного плана по основным показателям, обеспечение заданных темпов роста и уровень эффективности использования ресурсов коммерческой организации [11].

Анализ третьего этапа выполняется для формирования экономически обоснованной оценки финансово-экономической отдачи и выявления резервов ее роста. Задачи анализа деловой активности:

- изучение и оценка тенденций изменения показателей деловой активности;
- исследование влияния основных факторов, ставших основной причиной изменения показателей деловой активности, и расчет величины их конкретного влияния;
- изучение влияния показателей интенсивности использования активов и капитала на финансовое состояние и основные оценочные показатели деятельности организации;
- подведение итогов анализа и принятие на их основе конкретных решений по вовлечению в оборот выявленных резервов.

На четвертом этапе проводится анализ финансовой устойчивости предприятия, характеризующий определенную степень независимости от

внешних источников организации. Оценка может проводиться на базе относительных и абсолютных показателей. При этом возможно четыре типа финансовой устойчивости, которые представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3 Типы финансовой устойчивости предприятия

Название типа	Характерное соотношение	Характеристика типа устойчивости
Абсолютная финансовая устойчивость	$МПЗ < СОС$	Характерен излишек оборотных средств. Не используются заемные средства, предназначенные для финансирования МПЗ
Нормальная финансовая устойчивость	$СОС < МПЗ < НИА$ 3	Означает, что для формирования материальных оборотных активов обоснованно используются как собственные, так и привлеченные источники
Неустойчивое финансовое состояние	$МПЗ > НИАЗ$	Характерен недостаток нормальных источников финансирования, который перекрывается прочей кредиторской задолженностью
Кризисное финансовое состояние		Так же как и в третьем типе, но при этом в отличии от неустойчивого имеет место просроченная задолженность перед контрагентами

С целью конкретизации оценки финансовой устойчивости, полученной на базе абсолютных показателей, рассчитывают относительные коэффициенты: коэффициент автономии, коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами (СОС), коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами, коэффициент маневренности собственного капитала, коэффициент финансовой устойчивости.

На пятом этапе на основе показателей ликвидности и платежеспособности (возможность своевременно расплатиться с

контрагентами по краткосрочным обязательствам) оценивают финансовое состояние предприятия с позиции кратко- и перспективно [12].

Ликвидность актива – способность актива к конверсии в денежные средства. Степень ликвидности определяется в зависимости от того, сколько времени требуется тому или иному активу трансформироваться в денежные средства. Чем меньше времени требуется, тем выше ликвидность. А значит, любые активы, которые возможно обратить в деньги, ликвидны.

Качественно ликвидность характеризуется ликвидностью баланса, которая определяется как соответствие средств определенной степени ликвидности (готовности к платежу) обязательствам, срок погашения которых тождественен сроку превращения активов в денежную форму; количественно – специальными относительными показателями – коэффициентами ликвидности.

За формированием оценки ликвидности следует оценка платежеспособности предприятия. Эти понятия близки по значению, но все же имеют свои отличия. Платежеспособность зависима от уровня ликвидности. Отсутствие просроченных задолженностей по краткосрочным обязательствам – основной признак платежеспособности. То есть, когда речь идет о ликвидном предприятии, оно не всегда может быть платежеспособным (особенно в том случае, если у предприятия имеется нереальная к взысканию дебиторская задолженность, и продукция, не пользующаяся спросом).

Для оценки платежеспособности организации используется коэффициент платежеспособности, который рассчитывается по формуле (1)

$$K_{пл} = \frac{\sum \text{денежных средств в наличии}}{\sum \text{израсходованных денежных средств}} \quad (1)$$

Коэффициент > 1 – платежеспособная организация.

Для оперативного расчета коэффициента можно использовать данные текущего учета денежных средств. Для расчета годового значения можно использовать «Отчет о движении денежных средств» [12].

На следующем этапе стоит определить степень вероятности банкротства предприятия. Различает несколько методик определения. В модели Альтмана учитываются 5 показателей:

$$Z\text{-счет} = 1,2 * K_1 + 1,4 * K_2 + 3,3 * K_3 + 0,6 * K_4 + 1,0 * K_5, \quad (2)$$

где Z - дискриминантная функция, числовые значения которой диагностируют наличие кризисной ситуации;

K1 - доля чистого оборотного капитала во всех активах организации;

K2 - отношение накопленной прибыли к активам;

K3 - рентабельность активов;

K4 - доля уставного капитала в общей сумме активов (валюте баланса);

K5 - оборачиваемость активов.

Дифференциация по уровням вероятности банкротства следующим образом:

- $Z < 1,8$ - очень высокая;
- $1,8 < Z < 2,7$ - высокая;
- $2,8 < Z < 2,9$ - невысокая;
- $Z \geq 3$ - очень малая.

К сожалению, данная методика не помогает выявить возможные причины банкротства, а также факторы, которые могут пошатнуть финансовое положение организации, методика лишь способствует расчету вероятности банкротства в ближайшем времени.

Методика, предложенная Савицкой Г.В. также состоит из пяти показателей, представленных в таблице 1. 4

Таблица 1.4 - Показатели по методике Савицкой Г.В.

Показатель и способ расчета	Комментарий
X1 Собственный оборотный капитал / Оборотные активы	Коэффициент доли собственного оборотного капитала в формировании оборотных активов

X2	Оборотные активы / Внеоборотные активы	Коэффициент отношения оборотного капитала к собственному
X3	Выручка от продажи / Оборотные активы	Коэффициент оборачиваемости совокупного капитала
X4	Чистая прибыль / Оборотные активы	Рентабельность активов предприятия
X5	Собственный капитал (капитала и резервы) / Оборотные активы	Коэффициент финансовой независимости (доля собственного капитала в общей валюте баланса)

Дискриминантная факторная модель диагностики вероятности банкротства предприятий по данной методике выглядит следующим образом:

$$Z = 0,111X_1 + 13,239X_2 + 1,676X_3 + 0,515X_4 + 3,80X_5 \quad (3)$$

- $Z > 8$ – риск малый
- $8 > Z > 5$ – риск небольшой
- $5 > Z > 3$ – риск средний
- $3 > Z > 1$ – риск большой
- $Z < 1$ – несостоятельность, банкротство.

Четырехфакторная модель Р. Таффлера и Г.Тишоу мы будем использовать в качестве третьей методики диагностики банкротства. Благодаря данной модели можно учитывать современные тенденции бизнеса и влияние технологий на показатели.

Формула:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \quad (4)$$

где X_1 - отношение прибыли (убытка) от продаж к сумме текущих обязательств (показывает степень выполнимости обязательств за счет внутренних источников финансирования);

X2 - отношение суммы текущих активов к общей сумме обязательств (описывает состояние оборотного капитала);

X3 - отношение суммы текущих обязательств к общей сумме активов (показатель финансовых рисков);

X4 - отношение выручки к общей сумме активов (определяет способность компании рассчитаться по обязательствам).

При $Z > 0,3$ вероятность банкротства низкая, а при $Z < 0,2$ высокая.

Существует также методика комплексной оценки несостоятельности предприятия, разработанная кафедрой экономического анализа и статистики КГТЭИ. Ее расчет осуществляется на основании коэффициентов с определенной значимостью, которая установлена с помощью экспертных оценок. Общий расчет данной модели производится с помощью средней арифметической:

$$K_6 = \frac{0,33K_1 + 0,11K_2 + 0,13K_3 + 0,16K_4 + 0,27K_5}{5}, \quad (5)$$

где K_1 - усредненное значение коэффициента текущей ликвидности;

K_2 - усредненное значение коэффициента обеспеченности собственных оборотных средств;

K_3 - коэффициент рентабельности продаж;

K_4 - коэффициент рентабельности собственного капитала;

K_5 - коэффициент оборачиваемости оборотных активов;

Оценка вероятности банкротства осуществляется по следующим значениям:

- $K_6 > 0,3$ - риска банкротства не существует;
- $0,1 < K_6 < 0,3$ - предприятие приближается к банкротной зоне;
- $K_6 < 0,1$ - предприятие находится в банкротной зоне.

Таким образом, в финансовом анализе существуют разнообразные методики, позволяющие оценить текущее финансовое состояние предприятия и дать прогноз его развития. При этом управление финансовым состоянием

осуществляется на основе составления прогнозных значений будущих показателей. Эффективность проведенного анализа финансового состояния предприятия зависит от полноты и качества используемой информации.

Учитывая только данные бухгалтерской отчетности, мы можем получить лишь упрощенный суженный вариант анализа с пониженной результативностью, так как игнорируются факторы, влияющие на объективную оценку финансового состояния. К таким факторам можно отнести как внутриотраслевые факторы, так и внешние (тенденции развития рынка, макроэкономические факторы и т.д.). Игнорирование данных факторов влечет за собой ошибки в оценке финансового состояния [13].

1.2 Понятие и значение прибыли и рентабельности организации

Финансовые результаты являются основным показателем абсолютной эффективности деятельности предприятия. Одним из главных показателей эффективности деятельности предприятия является прибыль. Условия рыночной экономики представляют прибыли в виде основы экономического развития предприятия.

Прибыль - это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности [1].

Как важнейший инструмент рыночных отношений, прибыль выполняет конкретные функции.

Во-первых, конечным результатом предпринимательской деятельности является прибыль. Прибыль в виде показатель характеризует: производительность труда, эффективность производства, себестоимость производимого продукта, а также объемы и качество изготавливаемой продукции.

Оценка производственной и финансовой деятельности предприятия осуществляется за счет показателей прибыли. Показатели прибыли характеризуют деловую активность и финансовое благополучие предприятия. За счет прибыли можно определить в активах предприятия уровень отдачи авансированных средств и доходность вложений. Укрепление коммерческих расчетов и интенсификации производства напрямую зависит от стимулирования прибыли.

Во-вторых, особенность прибыли – это стимулирующая функция. Прибыль подразумевает не только финансовые результаты предприятия, но и является важнейшим элементом финансовых ресурсов предприятия. Принцип обеспечения самофинансирования идентифицируется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, которое предприятие получает и распоряжается после уплаты обязательных платежей, а именно необходимых налогов, должна максимально финансировать диверсификацию производства, научно-техническое и социальное развитие предприятия, материальную мотивацию работников [1].

Рост прибыли означает рост потенциальных возможностей предприятия, а именно повышение степени деловой активности, создание финансовой базы самофинансирования, диверсификации, решение проблем корпоративно-социальной ответственности, материальной мотивации работников и рациональное использование человеческих ресурсов на предприятии.

Прибыль по существу может позволить осуществить капитальное вложение в производство, диверсифицировать продукцию, внедрить нововведения, провести мероприятия по развитию НИОКР.

Благодаря прибыли потенциальные инвесторы могут оценить финансовое состояние предприятия. Эффективное использование и рациональное распределение ресурсов предприятия позволит привлечь дополнительные ресурсы предприятия.

В-третьих, прибыль один из основных источников, который формирует бюджет предприятия на разном уровне.

Прибыль поступает в бюджет в виде налога, а также иным доходным поступлением, затем используется с целью финансирования и удовлетворения различных потребностей общества, обеспечивает выполнение государственных функций: государственных инвестиционных, социальных программ, формирует бюджетные и благотворительные фонды.

За счет прибыли выполняются такие обязательства предприятия, как: бюджет, банки, иные организации [1].

Отличительное место прибыли в системе хозяйствования способствовало переход от отечественной к рыночной экономике, что выявило пересмотр отношения к прибыли.

Прибыль - это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности.

В виде экономической категории, прибыль характеризует финансовые результаты деятельности предприятия, а именно обладает функцией отражения эффективности производства, объема и качества производимой продукции, уровень производительности труда и себестоимости продукции.

Прибыль - один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности организаций.

Многоканальное значение прибыли усиливается с переходом экономики государства на основы рыночного хозяйства. Дело в том, что акционерное, арендное, частное или другой формы собственности предприятие, получив финансовую самостоятельность и независимость вправе решать на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно

добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы [4].

Предпринимательская деятельность означает инициативную самостоятельность предприятий, направленную на получение прибыли. При этом предприятие или организация как хозяйствующий субъект, самостоятельно осуществляющие свою деятельность, распоряжаются выпускаемой продукцией и остающейся в их распоряжении чистой прибылью. Вместе с тем предпринимательская деятельность в условиях многообразия форм собственности означает не только распределение прав собственников имущества, но и повышение ответственности за рациональное управление им, формирование и эффективное использование финансовых ресурсов, в том числе прибыли.

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности организаций представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учётом убытков от различных хозяйственных операций. Таким образом, прибыль формируется в результате взаимодействия многих компонентов как с положительным, так и с отрицательным знаками [3].

В составе валовой прибыли учитывается прибыль от всех видов деятельности. Валовая прибыль включает прибыль (убыток) от реализации товарной продукции; прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера; прибыль (убыток) от реализации основных средств, их прочего выбытия, реализации иного имущества предприятия; финансовые результаты от внереализационных операций [2].

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) характеризует чистый доход, созданный на предприятии. Остальные элементы валовой прибыли отражают в основном перераспределение ранее созданных доходов.

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. Финансовый результат определяется отдельно по каждому виду деятельности предприятия, относящемуся к реализации продукции, выполнению работ, оказанию услуг. Он равен разнице между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в действующих ценах и затратами на ее производство и реализацию [2].

Выручка принимается в расчет без налога на добавленную стоимость и акцизов, которые, являясь косвенными налогами, поступают в бюджет. Из выручки также исключаемая сумма наценок (скидок), поступающая торговым и снабженческо-сбытовым предприятиям, участвующим в сбыте продукции. При этом денежные поступления, связанные с выбытием основных средств, материальных (оборотных) и нематериальных активов, продажная стоимость валютных ценностей, ценных бумаг не включаются в состав выручки.

При реализации продукции, имеющей натурально-вещественную форму, расчет прибыли ведется исходя из выручки и полной себестоимости продукции, определяемыми на объем реализуемой продукции. В натуральном выражении он включает остатки готовой продукции на начало отчетного периода, не реализованные в предшествующем периоде, и выпуск товарной продукции отчетного периода за минусом той части продукции, которая не может быть реализована в конце отчетного периода. Под периодом понимается квартал, или год. Состав остатков нерезализованной продукции на начало и конец периода зависит от избранного предприятием метода учета выручки - по поступлению денег на расчетный счет (в кассу) предприятия или по отгрузке продукции, расчетные документы по которой предъявлены покупателю. Метод определения выручки от реализации продукции устанавливается предприятием на длительный срок (ряд лет) исходя из условий хозяйствования и заключенных договоров.

Прибыль от выполнения работ и оказания услуг рассчитывается аналогично прибыли от реализации продукции. В строительных организациях выручка отражает стоимость законченных объектов строительства или работ, выполненных по договорам подряда и субподряда. В торговле, снабженческих

и сбытовых предприятиях выручка соответствует валовому доходу от продажи товаров (сумма наценок или скидок в процентах к стоимости реализуемых товаров). На предприятиях транспорта и связи выручка отражает денежные средства за предоставляемые услуги по действующим тарифам [3].

Кроме прибыли от реализации продукции в состав валовой прибыли включается прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера. На долю этой прибыли приходится несколько процентов балансовой прибыли. В ее состав входят прибыли (убытки) подсобных сельских хозяйств, автохозяйств, лесозаготовительных и других хозяйств, находящихся на балансе предприятия.

Прибыль (убыток) от реализации основных средств, их прочего выбытия, реализации иного имущества предприятия - это финансовый результат, не связанный с основными видами деятельности предприятия. Он отражает прибыли (убытки) по прочей реализации, к которой относится продажа на сторону различных видов имущества, числящегося на балансе предприятия.

У предприятия могут образовываться излишние материальные ценности в результате изменения объема производства, недостатков в системе снабжения, реализации и других причин. Длительное хранение этих ценностей в условиях инфляции приводит к тому, что выручка от их реализации окажется ниже цен приобретения. Предприятие вправе списывать, продавать, ликвидировать, передавать в уставные фонды других предприятий здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие основные фонды, материальные ценности, продавать отдельные объекты, товарно-материальные ценности и другие виды имущества. Финансовый результат имеет место только при продаже перечисленных видов имущества. При реализации основных фондов финансовый результат определяется как разница между продажной ценой реализованных на сторону основных средств и их остаточной стоимостью с учетом понесенных расходов по реализации.

Под иным имуществом предприятия понимаются сырье, материалы, топливо, запчасти, нематериальные активы (патенты, лицензии), валютные ценности, ценные бумаги. Разница между продажной ценой этих видов имущества предприятия и их балансовой стоимостью (с учетом понесенных в связи с этим расходов) составляет финансовый результат, влияющий на сумму балансовой прибыли.

Финансовые результаты от внереализационных операций - это прибыль (убыток) по операциям различного характера, не относящимся к основной деятельности предприятия и не связанным с реализацией продукции, основных средств, иного имущества предприятия, выполнением работ, оказанием услуг. Финансовый результат определяется как доходы (убытки) за минусом расходов по внереализационным операциям. Значительный удельный вес могут составлять доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений и доходы от сдачи имущества в аренду. Финансовые вложения означают такое размещение собственных средств предприятия в деятельность других предприятий, которое дает возможность получить доходы. Под долгосрочными финансовыми вложениями понимаются затраты предприятия по вкладу средств в уставной капитал других предприятий, приобретению акций и других ценных бумаг, предоставление средств займа на срок более года. К формам краткосрочных финансовых вложений относятся приобретение краткосрочных казначейских обязательств, облигаций и других ценных бумаг, предоставление средств займа на срок менее года [4].

Доходы от долевого участия в уставном капитале другого предприятия представляют часть его чистой прибыли, которая поступает учредителю в заранее обговоренном размере, или в виде дивидендов по акциям, пакетом которых владеет учредитель. Доходами от ценных бумаг являются проценты по облигациям, краткосрочным казначейским обязательствам, дивиденды по акциям. По средствам, предоставляемым займами, предприятие получает доходы по условиям договора между кредито- и ссудозаемщиком.

В состав внереализационных прибылей (убытков) также входят сальдо полученных и уплаченных штрафов, пени, неустоек других видов санкций (кроме санкций, уплачиваемых в бюджет и ряд внебюджетных фондов в соответствии с законодательством), другие доходы и расходы (убытки, потери).

Необходимость и важность определения состава валовой прибыли обусловлена следующим:

во-первых, в связи с тем, что подавляющую часть валовой прибыли (95-97%) предприятие получает от реализации товарной продукции, анализу именно этой составляющей должно быть уделено главное внимание;

во-вторых, несмотря на это, абстрагироваться от рассмотрения состава и структуры прибыли от реализации имущества и внереализационных доходов, а также факторов, влияющих на их изменения, никак нельзя.

Целью деятельности любой коммерческой структуры в условиях рыночной экономики в конечном счете является получение прибыли, способной обеспечить ее дальнейшее развитие. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности организации, как результат ее деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них [5].

Для реальной оценки уровня прибыльности организации пользуются методами комплексного анализа прибыли по технико-экономическим факторам. Кроме методов факторного анализа прибыли в числе экономических показателей эффективности предпринимательской деятельности используются показатели рентабельности.

Показатели рентабельности измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса. Они являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли и дохода предприятия. По этой причине они служат обязательными элементами сравнительного анализа и

оценки финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

В экономической теории применяется несколько определений категорий рентабельности:

- 1) прибыльность,
- 2) отношение полезного результата торговой деятельности в виде прибыли к стоимости совокупных затрат на ее получение,
- 3) сопоставление результатов хозяйственной деятельности с затратами или ресурсами,
- 4) интегральный показатель, обобщающий другие показатели эффективности.

В любом определении рентабельность будет означать процентное отношение суммы, полученной (ожидаемой) прибыли к одному из показателей: объему товарооборота, расходам на реализацию, средней стоимости основных и оборотных средств, фонду оплаты труда.

Значимость коэффициента рентабельности в условиях ориентации на рыночные отношения определяется интересом к нему не только работников одной организации, но и интересом государства, контрагентов, собственников, кредиторов и заемщиков.

Повышение уровня рентабельности для коллектива организации означает укрепление финансового положения, а, следовательно, увеличение средств, направляемых на материальное стимулирование их труда, для управленцев - это информация о результатах применяемой тактики и стратегии о целесообразности ее корректировки [5].

Собственников (акционеров и учредителей) показатель рентабельности интересует с точки зрения прибыльности их паевых и учредительских взносов в составе общих вложений. Если уровень рентабельности возрастает, то возрастает интерес к организации других потенциальных акционеров, цена акций в этом случае тоже возрастает.

Кредиторов и заемщиков денежных средств уровень рентабельности и его изменение интересует с точки зрения реальности получения процентов по обязательствам, снижения риска невозврата заемных средств, платежеспособности клиента и возможностей для дальнейшего его развития.

Динамика рентабельности организаций изучается также налоговыми службами, фондовыми биржами, профессиональными ассоциациями.

Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы:

показатели, рассчитанные на основе стоимости реализованной продукции;

показатели, рассчитанные на основе производственных активов;

показатели, рассчитанные на основе потока наличных денежных средств.

Первая группа показателей формируется на основе расчета уровней рентабельности (доходности), отражаемые в отчетности предприятия:

$$\text{Прибыль от реализации} / \text{Объем продаж} \times 100\% \quad (1)$$

$$\text{Валовая прибыль} / \text{Объем продаж} \times 100\% \quad (2)$$

$$\text{Налогооблагаемая прибыль} / \text{Объем продаж} \times 100\% \quad (3)$$

Данные показатели характеризуют прибыльность продукции [19, С.48-49]. Рентабельность продукции можно рассчитать, как по всей реализованной продукции, так и по отдельным ее видам.

В первом случае она определяется как процентное отношение прибыли от реализации продукции к затратам на ее производство и реализацию.

Рентабельность всей реализуемой продукции можно рассчитать и как процентное отношение прибыли от реализации товарной продукции к выручке от реализации (объему продаж). Эти показатели дают представление об эффективности текущих затрат предприятия и доходности реализуемой продукции. Рентабельность отдельных видов продукции зависит от цены ее реализации и полной себестоимости. Она определяется как процентное

соотношение цены реализации единицы данной продукции за вычетом полной себестоимости к полной себестоимости единицы данной продукции [6].

$$\text{Прибыль от реализации} / \text{Себестоимость продукции} \times 100\% \quad (4)$$

В связи с этим, при планировании ассортимента производимой продукции учитывается насколько рентабельность отдельных видов будет влиять на рентабельность всей продукции. Поэтому важно сформировать структуру продукции так, чтобы в целом повысить эффективность производства и получить дополнительные возможности увеличения прибыли [6].

Вторая группа показателей рентабельности формируется на основе расчета уровней рентабельности в зависимости от изменения размера и характера авансированных средств:

все производственные активы предприятия;

инвестиционный капитал (собственные средства и долгосрочные обязательства);

акционерный (собственный) капитал.

$$\text{Чистая прибыль} / \text{Все производственные активы} \times 100\% \quad (5)$$

$$\text{Чистая прибыль} / \text{Инвестиционный капитал} \times 100\% \quad (6)$$

$$\text{Чистая прибыль} / \text{Акционерный капитал} \times 100\% \quad (7)$$

Несовпадение уровней рентабельности по этим показателям характеризуют степень использования предприятием финансовых рычагов для повышения доходности: долгосрочных кредитов и заемных средств.

Данные показатели весьма практичны в связи с тем, что отвечают интересам участников.

Например, администрацию предприятия интересует отдача (доходность) всех производственных активов, потенциальных инвесторов и кредиторов - доходность акций и т.д.

Третья группа показателей формируется аналогично показателям первой и второй групп, однако вместо прибыли в расчет принимается чистый приток денежных средств.

Чистый приток денежных средств / Объем продаж × 100% (8)

Чистый приток денежных средств / Совокупный капитал × 100% (9)

Чистый приток денежных средств / Собственный капитал × 100% (10)

Данные показатели дают представление о степени возможности предприятия обеспечивать кредиторов, заемщиков и акционеров наличными денежными средствами. Концепция рентабельности, исчисляемая на основе притока денежной наличности, широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. Она более приоритетна, потому что операции с денежными потоками являются признаком интенсивного типа производства и финансового "здоровья" предприятия. Переход на использование этой концепции требует перестройки отчетности предприятий. Эта работа находится лишь в начальной стадии. Если прибыль выражается в абсолютной сумме, то рентабельность - это относительный показатель интенсивности производства, так как отражает уровень прибыльности относительно определённой базы. Организация рентабельна, если суммы выручки от реализации продукции достаточны не только для покрытия затрат на производство и реализацию, но и для образования прибыли. Рентабельность может определяться по-разному.

Рентабельность производства исчисляется по формуле:

$$P = \frac{\Pi}{ОФ + НОС} \times 100 \quad (11)$$

где P - уровень рентабельности производства, %;

Π - сумма валовой прибыли, руб.;

$ОФ$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.;

$НОС$ - среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств (материальных оборотных средств), руб.

Кроме рентабельности производства в процессе анализа предпринимательской деятельности широко используется показатель *рентабельности продукции*, исчисляемый как отношение прибыли от

реализации продукции к полной себестоимости этой продукции. Применение этого показателя рентабельности наиболее рационально при внутрихозяйственных аналитических расчётах, при контроле за прибылью (убыточностью) отдельных видов изделий, внедрении в производство новых видов продукции и снятии с производства неэффективных изделий [7].

Учитывая, что прибыль связана как с себестоимостью изделия, так и с ценой, по которой оно реализуется, рентабельность продукции может быть исчислена как отношение прибыли к стоимости реализованной продукции по свободным или регулируемым ценам.

Рентабельность продукции в двух её разновидностях исчисляется по формулам:

$$P = \frac{\Pi}{C_{\Pi}} \times 100 \quad (12)$$

$$P = \frac{\Pi}{Ц_{\Pi}} \times 100 \quad (13)$$

где P - рентабельность продукции, %;

Π - валовая прибыль предприятия, руб.;

C_{Π} - полная себестоимость реализованной продукции, руб.;

$Ц_{\Pi}$ - объём реализованной продукции в соответствующих ценах (за минусом НДС и акцизов), руб.

Рост любого показателя рентабельности зависит от единых экономических явлений и процессов. Это, прежде всего, совершенствование системы управления производством в условиях рыночной экономики на основе преодоления кризиса в финансово-кредитной и денежной системах. Это повышение эффективности использования ресурсов организациями на основе стабилизации взаимных расчётов и системы расчётно-платёжных отношений. Это индексация оборотных средств и чёткое определение источников их формирования.

Важнейшими факторами роста прибыли являются рост объёма производства и реализации продукции, внедрение научно-технических разработок, а, следовательно, повышение производительности труда, снижение себестоимости, улучшение качества продукции. В условиях развития предпринимательской деятельности создаются объективные предпосылки реального претворения в жизнь указанных факторов.

Основной источник денежных накоплений предприятий и организаций - выручка от реализации продукции, а именно та её часть, которая остаётся за вычетом материальных, трудовых и денежных затрат на производство и реализацию этой продукции. Поэтому важная задача каждого хозяйствующего субъекта - получить больше прибыли при наименьших затратах путём соблюдения строгого режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования.

Затраты на производство и реализацию продукции определяют уровень и структуру её себестоимости. Выручка от реализации продукции исчисляется в действующих ценах. В условиях радикального изменения управления экономикой показатель выручки от реализации становится одним из важнейших показателей деятельности хозяйствующих субъектов. Данный показатель создаёт заинтересованность трудовых коллективов не столько в росте количественного объёма выпускаемой продукции, сколько в увеличении объёма реализованной продукции (с учётом снижения остатков нереализованной продукции).

Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей её повышения. Каждый из исходных показателей раскладывается в факторную систему с различной степенью детализации, что задает границы выявления и оценки производственных резервов.

Итак, прибыль как основная форма денежных накоплений представляет собой разницу между выручкой от реализации по соответствующим ценам и полной себестоимостью. Отсюда рост прибыли зависит, прежде всего, от

снижения затрат на производство продукции, а также от увеличения объёма реализованной продукции [6].

1.3 Методика анализа и планирования прибыли организации

Обобщающая оценка финансового состояния предприятия достигается на основе таких результативных показателей, как прибыль и рентабельность. Величина прибыли, уровень рентабельности зависят от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования.

Анализ формирования и использования прибыли предполагает следующие этапы:

- ✓ Анализ состава и динамики балансовой прибыли;
- ✓ Анализ финансовых результатов от обычных видов деятельности;
- ✓ Анализ уровня среднереализационных цен;
- ✓ Анализ финансовых результатов от прочих видов деятельности;
- ✓ Анализ рентабельности деятельности предприятия;
- ✓ Анализ распределения и использования прибыли.

Источники информации: накладные на отгрузку продукции, данные аналитического бухгалтерского учета по счету продаж и счетам "Прибыли и убытки", "Нераспределенная прибыль, непокрытый убыток", форма бухгалтерской отчетности №2 "Отчет о прибылях и убытках", данные финансового плана.

В анализе используются следующие показатели прибыли: балансовая прибыль, налогооблагаемая прибыль, чистая прибыль.

Балансовая прибыль включает в себя прибыль от обычных видов деятельности, финансовые результаты от операционных и внереализационных

операций и чрезвычайных обстоятельств. Схема формирования балансовой прибыли представлена на рисунке 1.

Налогооблагаемая прибыль представляет собой разность между прибылью от обычной деятельности и суммой льгот по налогу на прибыль [8].

Чистая прибыль - это та часть прибыли, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты налога на прибыль. В процессе анализа необходимо изучить состав прибыли от обычной деятельности, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год. При изучении динамики прибыли необходимо учитывать инфляционные факторы изменения ее суммы. Для этого выручку необходимо скорректировать на средневзвешенный рост цен на продукцию предприятия в среднем по отрасли, а себестоимость товаров, продукции (работ, услуг) уменьшить на их прирост в результате повышения цен на потребленные ресурсы за анализируемый период.

Основную часть прибыли предприятия получают от обычных видов деятельности, к которой относят прибыль от продаж продукции (работ, услуг).

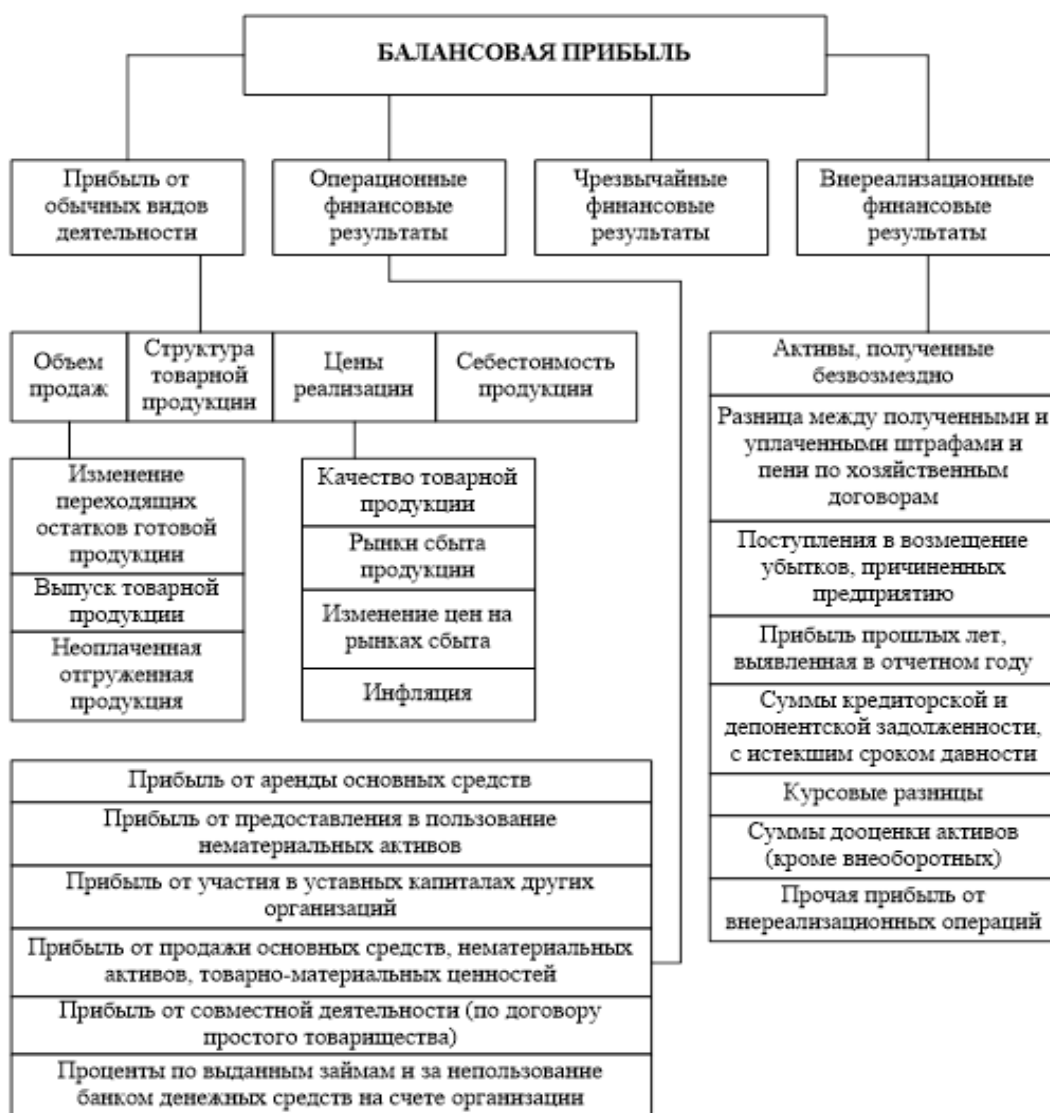


Рисунок 1. Схема формирования балансовой прибыли

Прибыль от продаж продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности [8]:

- ✓ объема продаж продукции;
- ✓ ее структуры;
- ✓ себестоимости;
- ✓ уровня среднереализационных цен.

Объем продаж продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема продаж происходит уменьшение суммы прибыли.

Структура товарной продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличится доля более рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли возрастет, и наоборот, при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится.

Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает и наоборот.

Сначала нужно найти сумму прибыли при фактическом объеме продаж и плановой величине остальных факторов. Для этого следует рассчитать процент выполнения плана по объему продаж продукции, а затем плановую сумму прибыли скорректировать на этот процент.

Выполнение плана по объему продаж исчисляются сопоставлением фактического объема реализации с плановым в натуральном (если продукция однородна), условно-натуральном и в стоимостном выражении (если продукция неоднородна по своему составу), для чего желательно использовать базовый (плановый) уровень себестоимости отдельных изделий, так как себестоимость меньше подвержена влиянию структурного фактора, нежели выручка [14].

Затем следует определить сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при плановой себестоимости и плановых ценах. Для этого необходимо от условной выручки вычесть условную сумму затрат.

Нужно подсчитать также, сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объеме продукции. Для этого от фактической суммы выручки следует вычесть условную сумму затрат.

Если предприятие производит неоднородные виды продукции, тогда структура реализованной продукции определяется отношением каждого вида

продукции в оценке по плановой себестоимости к общему объему продаж продукции в той же оценке.

Следует проанализировать также выполнение плана и динамику прибыли от реализации отдельных видов продукции, величина которой зависит от трех факторов первого порядка: объема продажи продукции, себестоимости и среднереализационных цен.

Среднереализационная цена единицы продукции рассчитывается путем деления выручки от реализации соответствующего изделия на объем продаж. На изменение ее уровня оказывают влияние следующие факторы [14]:

- ✓ качество реализуемой продукции;
- ✓ рынки сбыта;
- ✓ конъюнктура рынка;
- ✓ инфляционные процессы.

Распределение и использование прибыли предприятия

После уплаты налогов прибыль 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 предприятия стремится направить большую сумму прибыли на расширенное воспроизводство. Работники заинтересованы в повышении оплаты труда [14].

В процессе анализа необходимо изучить динамику доли прибыли, которая идет на самофинансирование предприятия и материальное стимулирование работников и таких показателей, как сумма самофинансирования и сумма капитальных вложений на одного работника, сумма зарплаты и выплат на одного работника. Причем изучать их надо в

тесной связи с уровнем рентабельности, суммой прибыли на одного работника, и на один рубль основных производственных фондов. Если эти показатели выше, чем на других предприятиях, или выше нормативных для данной отрасли производства, то имеются перспективы для развития предприятия [15]. Кроме того, в процессе анализа необходимо изучить выполнение плана по использованию прибыли, для чего фактические данные об использовании прибыли по всем направлениям сравниваются с данными плана и выясняются причины отклонения от плана по каждому направлению использования прибыли. Основными факторами, определяющими размер отчислений в фонды накопления и потребления, могут быть изменения суммы чистой прибыли и коэффициента отчислений прибыли в соответствующие фонды. Сумма отчислений прибыли в фонды предприятия равна произведению двух факторов: суммы чистой прибыли и коэффициента отчислений прибыли в соответствующие фонды. Затем надо рассчитать влияние факторов изменения чистой прибыли на размер отчислений в фонды предприятия. Для этого прирост чистой прибыли за счет каждого фактора умножим на плановый коэффициент отчислений в соответствующий фонд.

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 используется в основном для финансирования затрат на расширение производства, его техническое перевооружение, внедрение новых технологий и т.д. Фонд социальной сферы может использоваться на коллективные нужды (расходы на содержание объектов культуры и здравоохранения, проведение оздоровительных и культурно-массовых мероприятий), фонд потребления - на индивидуальные (вознаграждение по итогам работы за год, материальная помощь, стоимость путевок в санатории и дома отдыха, стипендии студентам, частичная оплата питания и проезда, пособия по выходу на пенсию и т.д.).

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 следует изучить полноту финансирования всех запланированных мероприятий, своевременность их выполнения и полученный эффект [15].

1.4 Методика анализа и экономические факторы, влияющие на величину показателя рентабельности организации

Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия и как инструмент инвестиционной политике и ценообразовании.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

- показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов;
- показатели, характеризующие рентабельность продаж;
- показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции и чистой прибыли.

Рентабельность производственной деятельности (окупаемость издержек) исчисляется путем отношения балансовой или чистой прибыли к сумме затрат по реализованной или произведенной продукции:

Она показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Может рассчитываться в целом по предприятию, отдельным его подразделениям и видам продукции [10].

Рентабельность продаж рассчитывается делением прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки. Характеризует эффективность предпринимательской деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж. Широкое применение этот показатель получил в рыночной экономике. Рассчитывается в целом по предприятию и отдельным видам продукции [10].

Рентабельность (доходность) капитала исчисляется отношением балансовой (чистой) прибыли к среднегодовой стоимости всего инвестированного капитала или отдельных его слагаемых: собственного (акционерного), заемного, основного, оборотного, производственного капитала и т.д.

В процессе анализа следует изучить динамику перечисленных показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и провести межхозяйственные сравнения с предприятиями-конкурентами.

Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), исчисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Расчет влияния факторов первого порядка на изменение уровня рентабельности в целом по предприятию можно выполнить способом цепных подстановок.

Затем следует сделать факторный анализ рентабельности по каждому виду продукции. Уровень рентабельности отдельных видов продукции зависит от изменения средних реализационных цен и себестоимости единицы продукции.

Таким же образом производится факторный анализ рентабельности продаж.

Уровень рентабельности продаж отдельных видов продукции зависит от среднего уровня цены и себестоимости изделия [9].

Аналогично осуществляется факторный анализ рентабельности инвестированного капитала. Балансовая сумма прибыли зависит от объема реализованной продукции, ее структуры, себестоимости, среднего уровня цен и финансовых результатов от прочих видов деятельности, не связанных с реализацией продукции и услуг.

Среднегодовая сумма основного и оборотного капитала зависит от объема продаж и скорости оборота капитала (коэффициента оборачиваемости), который определяется отношением суммы оборота к среднегодовой сумме основного и оборотного капитала.

Чем быстрее оборачивается капитал на предприятии, тем меньше его требуется для обеспечения запланированного объема продаж.

И наоборот, замедление оборачиваемости капитала требует дополнительного привлечения средств для обеспечения того же объема производства и реализации продукции. Таким образом, объем продаж сам по себе не оказывает влияния на уровень рентабельности, т.к с его изменением пропорционально увеличиваются или уменьшаются, сумма прибыли и сумма основного и оборотного капитала при условии неизменности остальных факторов.

Прибыль от реализации продукции, работ, услуг занимает наибольший удельный вес в структуре валовой прибыли предприятия. Ее величина формируется под воздействием ряда факторов, важнейшими из которых являются: себестоимость, объем реализации, уровень действующих цен.

Важнейшим из них является себестоимость. Под себестоимостью продукции понимают все затраты предприятия на производство и реализацию продукции, а именно - стоимость природных ресурсов, сырья, основных и

вспомогательных материалов, топлива, энергии, основных производственных фондов, трудовых ресурсов и прочих расходов по эксплуатации [9].

Количественно в структуре цены себестоимость занимает значительный удельный вес, поэтому она заметно сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях.

Основными задачами анализа себестоимости промышленной продукции являются:

- установление динамики важнейших показателей себестоимости;
- определение затрат на рубль товарной продукции;
- выявление резервов снижения себестоимости.

Анализ затрат на производство по элементам и статьям калькуляции, проводится с целью выявления отклонений, определения состава элементов и статей калькуляции, удельный вес каждого элемента в общей сумме затрат на производство, изучение динамики за ряд прошлых лет, выявление факторов, которые вызвали изменения в элементах и статьях затрат и повлияли на себестоимость продукции. Для принятия многих управленческих решений важно знать не только факторы, влияющие на величину и структуру себестоимости, но и причины, определяющие изменение рентабельности. Подобный анализ строится в соответствие с используемой на конкретном предприятии системой показателей рентабельности. С учетом рассмотренных ранее групп показателей, факторный анализ может строиться следующим образом. Рентабельность продукции определяется за счет изменения цены продукции и ее себестоимости (материальных затрат).

Пусть K_0 и K_1 - рентабельность продукции базисного и отчетного периода соответственно. Тогда по определению:

$$K_0 = (N_0 \cdot S_0) / N_0 \quad (14), \quad K_1 = (N_1 \cdot S_1) / N_1 \quad (15), \quad DK = K_1 - K_0 \quad (16)$$

где P_1 , P_0 - прибыль от реализации отчетного и базисного периодов соответственно; N_1 , N_0 - реализация продукции (работ, услуг) соответственно; S_1 , S_0 - себестоимость продукции (работ, услуг) соответственно; DK - изменение рентабельности за анализируемый период.

Влияние фактора изменения цены на продукцию определяется расчетом (по методу цепных подстановок):

$$DK_N = (N_1 - S_0) / N_1 - (N_0 - S_0) / N_0 \quad (17)$$

Соответственно влияние изменения себестоимости даст общее изменение рентабельности за период:

$$DK_S = (N_1 - S_1) / N_1 - (N_1 - S_0) / N_1 \quad (18)$$

Сумма факторных отклонений даст общее изменение рентабельности за период:

$$DK = DK_N \cdot DK_S \quad (19)$$

Таким образом, рентабельность продукции напрямую зависит от объема реализации, то есть выручки и себестоимости продукции. Для роста рентабельности необходимо выполнение одного из следующих условий: рост выручки при неизменно, либо снижающейся себестоимости; снижение себестоимости при постоянном объеме выручки; либо больший темп роста выручки по сравнению с темпом роста величины себестоимости. Рентабельность производственных активов также легко моделируется по факторным зависимостям. Например:

$$K_{п.к.} = P / (F + E) = (P / T_R) * (T_R / (F + E)) \quad (20)$$

где $K_{п.к.}$ - рентабельность производственных активов;

P - чистая прибыль;

F - стоимость основных производственных фондов;

E - средняя сумма оборотных средств;

T_R - выручка от реализации.

Данная формула раскрывает связь между рентабельностью фондов $K_{п.к.}$, производственных активов ($P / (F + E)$), рентабельностью реализации (P / T_R), и фондоотдачей ($T_R / (F + E)$). Экономический смысл заключается в том, что формула прямо показывает пути повышения рентабельности: при низкой доходности продаж необходимо стремиться к ускорению оборота производственных активов [13].

Необходимо рассмотреть еще одну факторную модель рентабельности:

$$P/P_K = (P / T_R) * (T_R / T_K) * (T_K / P_K) \quad (21)$$

где P_K - собственный капитал;

T_K - совокупный капитал.

Как видно, рентабельность собственного капитала P/P_K зависит от изменений уровня рентабельности продукции (P / T_R), скорости оборота совокупного капитала (T_R / T_K), и соотношения собственного и заемного капитала. Из этой зависимости следует, что при прочих равных условиях отдача собственного капитала повышается при увеличении доли заемных средств в составе совокупного капитала. Изучение подобной зависимости имеет большую доказательную силу для оценки финансового состояния предприятия, оценки степени результатов своей деятельности [13].

Однако необходимо сделать следующую оговорку. При анализе факторов, определяющих уровень рентабельности по элементам формул иногда искажается экономический смысл явлений, так как сами по себе абсолютные величины не показывают эффективность использования авансированных для производства средств. К примеру, любое увеличение средней стоимости основных производственных средств вызовет снижение уровня рентабельности. В действительности же технический прогресс сопровождается, как правило, увеличением фондовооруженности работников и величины ОПФ, что является главным двигателем повышения эффективности производства, в том числе и рентабельности [12].

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

роль играют и убытки. Они высвечивают ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

II. Анализ прибыли ООО «СевЗапТорг»

2.1 Общая характеристика деятельности ООО «СевЗапТорг»

ООО «СевЗапТорг» – торговая компания, специализирующаяся на розничной продаже продуктов питания и товаров повседневного спроса.

Магазин расположен в г. Санкт-Петербург. Торговая деятельность осуществляется в формате самообслуживания.

ООО «СевЗапТорг» открыт для покупателей ежедневно с 10.00 до 22.00, без перерывов и выходных.

Торговая сеть в настоящий момент активно работает над обновлением собственных супермаркетов. Новая концепция развития ООО «СевЗапТорг» призвана создать все условия для комфортного совершения покупок за счет эффективной организации торгового зала и его зонирования, светового и цветового оформления, созданных на основе предпочтений покупателей.

ООО как юридическое лицо имеет в собственности имущество, которое обособлено от имущества физических лиц, учредивших общество. Это имущество приобретает обществом в процессе хозяйственной деятельности. Имущество может быть внесено собственниками в качестве вклада в уставный капитал ООО. Тогда оно становится собственностью ООО. Соответственно, по своим обязательствам ООО отвечает только принадлежащим ему имуществом.

При этом участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, только в пределах стоимости принадлежащих им долей (п.1 ст.87 ГК РФ).

Деятельность ООО регулируется:

- Гражданским кодексом РФ (статьи 48-68, 87-94);
- Федеральным законом от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее закон № 14-ФЗ).

Участниками ООО могут быть физические и юридические лица. Число участников не должно превышать 50.

Общество может быть учреждено одним лицом (физическим или юридическим). При этом единственным участником ООО не может быть другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

Учредительным документом ООО является его Устав.

Учреждение ООО осуществляется по решению собрания учредителей или решением единоличного учредителя. Порядок учреждения ООО установлен статьей 11 закона № 14-ФЗ.

ООО «СевЗапТорг» является самостоятельным субъектом. Является также юридическим лицом, руководствуется в своей деятельности законодательством РФ. Предприятие имеет самостоятельный баланс, свой фирменный бланк, печать с полным наименованием на русском языке, необходимые штампы, действует на принципах хозяйственного расчета. Главное направление деятельности - реализация строительных материалов.

Поставщиками магазина являются отечественные и зарубежные производители, оптовые торговые организации, занимающиеся поставками продуктов питания.

Для организации внутреннего учета используется программное приложение на базе 1С., совместимое с работой сканера штрих-кодов для быстрого приема и реализации товаров. Вся продукция, подготовленная к реализации, снабжается этикетками с указанием наименования, стоимости, штрих-кода, торговой организации. Для быстрого поиска используется внутренняя электронная база.

В компании определены приоритеты деятельности, такие, как:

- 1) тщательный отбор поставщиков продукции по таким критериям, как надежность, безопасность, соотношение цены и качества товара;
- 2) постоянное обновление ассортимента, достижение оптимального соотношения между новинками и товарами, пользующимися стабильным спросом;

- 3) приоритет продуктам питания и товарам, которые пользуются большим спросом;
- 4) поддержание высокого качества обслуживания, профессионального уровня торгового персонала.

Стратегической целью компании является укрепление благоприятного имиджа на рынке продажи товаров, благодаря чему будет обеспечен постоянный рост доходов и высокая конкурентоспособность торговой организации.

Достижение обозначенной цели связано с использованием конкурентных преимуществ компании, ее сильных сторон. Основным конкурентным преимуществом ООО «СевЗапТорг» является оптимальное соотношение цены, качества и ассортимента продукции. В дополнении к основному конкурентному преимуществу, достижению стратегической цели способствуют такие характеристики организации, как профессиональный коллектив, эффективная организация труда, гибкая система ценообразования, широкий и постоянно обновляемый ассортимент, внедрение современных форм обслуживания покупателей и продвижения товаров.

2.2 Анализ организационной структуры и системы управления ООО «СевЗапТорг»

ООО «СевЗапТорг» представляет собой среднее торговое предприятие, поэтому оптимальным видом организационной структуры является линейно-функциональная структура (Рисунок 1).

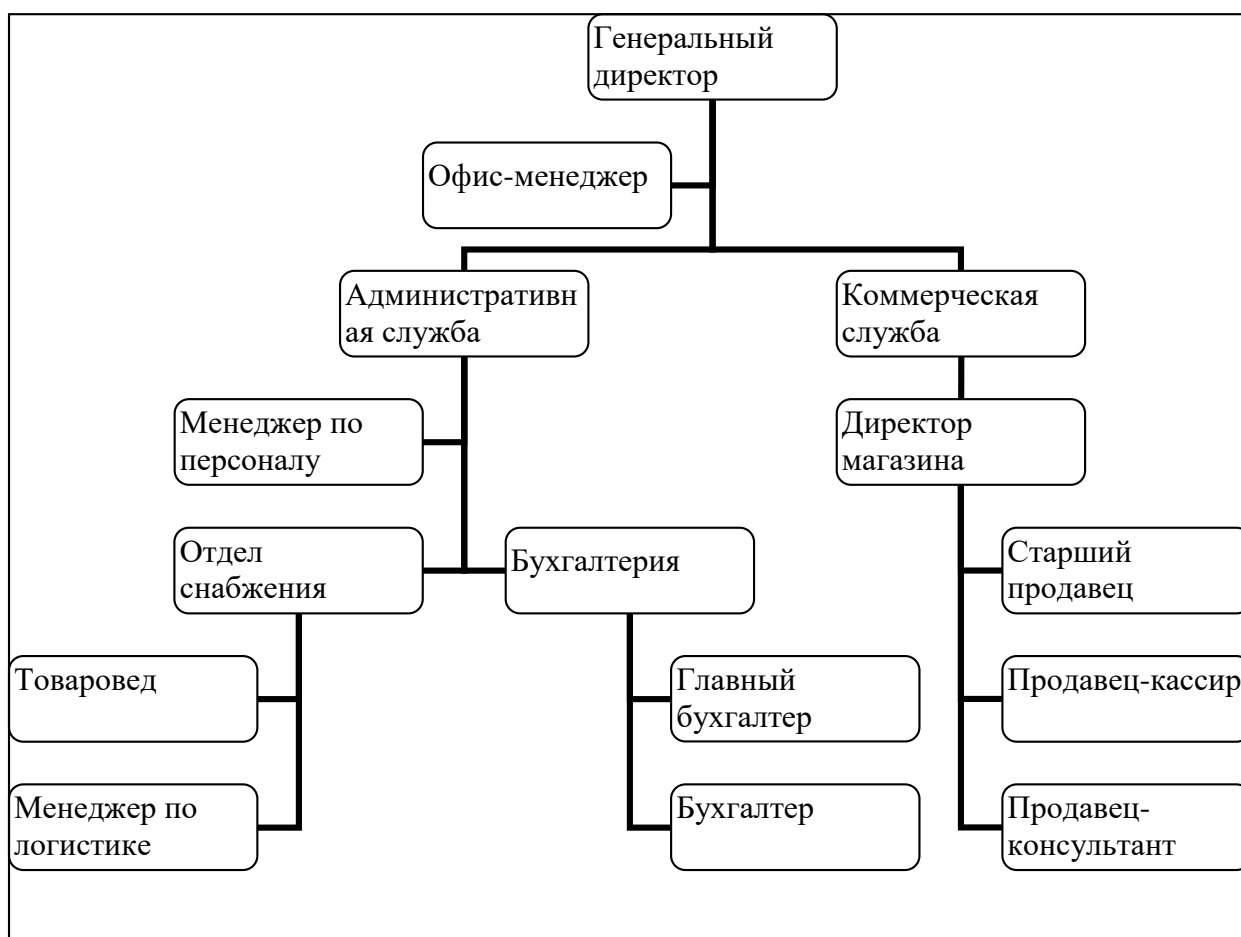


Рис. 1. Организационная структура ООО «СевЗапТорг».

Организационная структура управления является линейно-функциональной. Такая структура является результатом увеличивающейся сложности процесса управления и развития специализации управленческого труда, каждое звено управления (орган управления, исполнитель) специализировано на выполнении отдельной функции управления.

Преимущества линейно-функциональной структуры:

- базирование на разделении труда и специализации работников управления, ориентированное на минимизацию издержек производства, благодаря целенаправленному воздействию каждой функции управления на производственные процессы;

- дифференциация и делегирование полномочий.

К числу недостатков можно отнести следующее:

- возникновение проблем межфункциональной координации;

- трудности поддержания постоянных взаимосвязей между различными функциональными подразделениями;
- возможность координации функциональных звеньев только на самых высших уровнях управления;
- отсутствие взаимопонимания и единства действий между работниками различных подразделений;
- длительная процедура принятия решений;
- внедрение нововведений с долговременным эффектом получает второстепенное значение;
- отдельные функциональные подразделения, уделяют слишком много внимания выполнению своей функции и т.д.

Функции общего менеджмента распределены между генеральным директором и директором магазина. Стратегические цели и задачи определяет Генеральный директор. Он же контролирует результаты финансовой деятельности и принимает решения относительно приоритетных направлений деятельности. Директор магазина организует торговую деятельность компании, разрабатывает планы продаж, ставит задачи персоналу магазина и контролирует их исполнение. Так же директор магазина разрабатывает товарную политику, согласовывает ее с Генеральным директором и передает на реализацию в отдел снабжения.

Административное подразделение включает менеджера по персоналу, специалистов по снабжению, менеджера по маркетингу и бухгалтерию. Деятельность административной службы направлена на то, чтобы обеспечивать бесперебойную работу торгового подразделения. Бухгалтерия ведет учет денежных средств, товарно-материальных ценностей, производит начисление и перечисление заработной платы, ведет полную бухгалтерскую отчетность. Менеджер по персоналу отвечает за разработку и реализацию кадровой политики, ведет кадровый учет, подбор персонала, занимается вопросами мотивации и внутренней ротации. Специалисты отдела снабжения анализируют товарное движение, формируют заказы товаров,

взаимодействуют с поставщиками, отслеживают процессы доставки товаров. Менеджер по маркетингу реализует функции по продвижению товаров, разрабатывает и согласовывает рекламные акции, контролирует их реализацию.

Коммерческая служба – это торговое подразделение компании. Оно состоит из персонала магазина: старших продавцов, продавцов-кассиров, продавцов-консультантов. Старшие продавцы организуют работу персонала магазина, отвечают за исполнение должностных инструкций, регламентирующих порядок выкладки и реализации товаров, обслуживания покупателей, кассовую дисциплину. Продавцы–кассиры обслуживают покупателей в торговом зале и на кассе, консультируют, помогают с выбором. Продавцы-консультанты работают в торговом зале, отвечают за выкладку товаров, наличие и актуальность ценников, использование рекламных материалов, чистоту и порядок торгового оборудования.

Должностные и функциональные обязанности в организации распределены оптимально, но существует проблема в избыточной нагрузке на руководителя организации. Напрямую Генеральному директору подчиняются: директор магазина, главный бухгалтер, менеджер по персоналу, менеджер по маркетингу, менеджер он-лайн заказов. Необходимость организовывать и контролировать операционную деятельность снижает эффективность стратегического управления.

2.3 Анализ показателей финансовой деятельности ООО «СевЗапТорг»

ООО «СевЗапТорг» имеет самостоятельный бухгалтерский баланс, действующие расчетные и иные счета в банках, утвержденный фирменный бланк, а также печать со своим наименованием. Финансово-хозяйственную деятельность организация осуществляет с 28.10.2014 года.

Основные экономические показатели хозяйственной деятельности

предприятия приведены в таблице 5. Для составления таблицы использовались данные годовых бухгалтерских отчетов за 2017 и 2018 гг., формулы расчета рентабельности услуг, рентабельности продаж и производительности труда.

Таблица 1

Динамика основных экономических показателей ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Наименование показателя	Ед. изм.	2016	2017	2018	Изменени е 2018/2017 , %	Изменени е 2017/2016 , %
1	2	3	4	5	6	7
1. Объем реализации	Тыс. руб.	42682, 0	58187,0	66319, 0	36,3	14,0
2. Полная себестоимость	Тыс. руб.	39655, 0	53320,0	61240, 0	34,5	14,9
3. Прибыль от продаж	Тыс. руб.	3027,0	4867,0	5079,0	60,8	4,4
4. Прочие доходы	Тыс. руб.	2240,0	2290,0	2296,0	2,2	0,3
5. Прочие расходы	Тыс. руб.	1292,0	1310,0	1313,0	1,4	0,2
6. Балансовая прибыль	Тыс. руб.	3975,0	5847,0	6062,0	47,1	3,7
7. Налог на прибыль.	Тыс. руб.	795,0	1169,4	1212,4	47,1	3,7
8. Чистая прибыль	Тыс. руб.	3180,0	4677,6	4849,6	47,1	3,7
9. Рентабельность услуг	%	7,6	9,1	8,3	1,5	-0,8
10. Рентабельность продаж	%	7,5	8,0	7,3	0,6	-0,7
11. Производительность труда	Тыс. руб. / чел.	790,4	1020,8	1124,1	29,2	10,1

Рентабельность услуг рассчитывалась как отношение объема прибыли от продаж к полной себестоимости. Рентабельность продаж рассчитывалась как отношение объема чистой прибыли к объему реализации. Производительность труда рассчитывалась как отношение объема реализации к среднесписочной численности персонала.

На протяжении рассматриваемого периода (2016-2018 гг.) наблюдается рост выручки от продажи реализованной продукции и проектов. Рост выручки

является закономерным результатом коммерческой деятельности, направленной на укрепление отношения и деловыми партнерами, реализацию гибкой ценовой и ассортиментной политики.

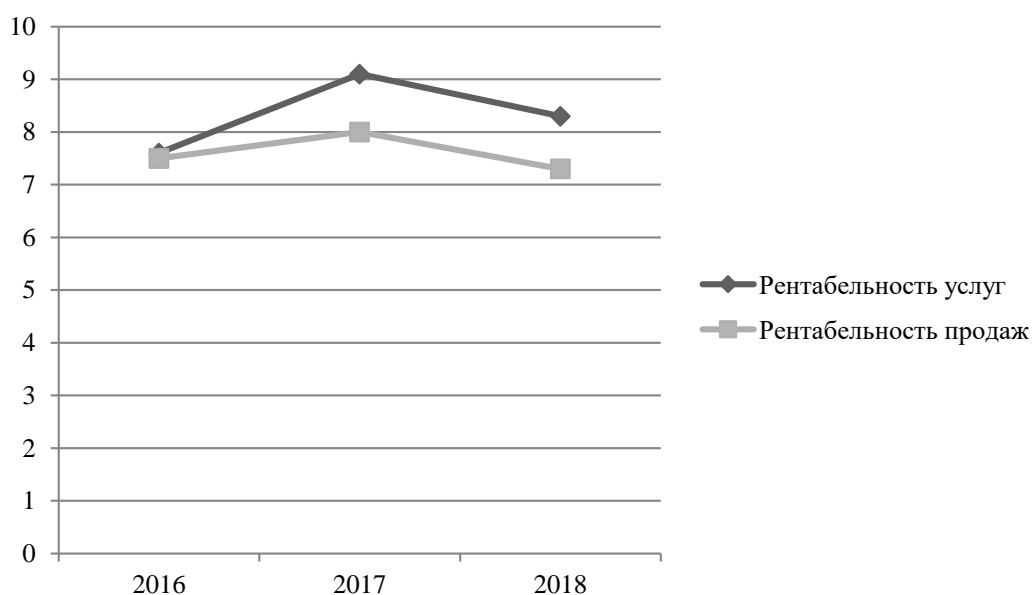


Рис. 2. Показатели рентабельности продаж за 2016-2018 гг.

Объем реализации в 2018 году увеличился на 14,0% относительно 2017 года, но в 2017 году темп прироста выручки от реализации продукции составил 36,3%. Так как основная деятельность предприятия связана с затратами на производство, продвижения, доставку продукции, наряду с увеличением объема продаж возрос и объем затрат.

Рост полной себестоимости в 2018 году составил 14,9%, в 2017 году – 34,5%. Постоянное увеличение себестоимости вызвано ростом цен на энергоресурсы, топливо, затрат на оплату труда. В связи с увеличением объема работ возникла необходимость в расширении штата производственного и административного персонала. Среднесписочная численность персонала в 2017 году увеличилась на 5,6%, в 2018 г. – на 3,5%. В связи с увеличением штата увеличился и фонд оплаты труда на 13,8% в 2017 году и 8% в 2018 году.

Динамика основных финансово-экономических показателей представлена в таблице 2.

Таблица 2

Динамика основных финансово-экономических показателей ООО

«СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Наименование показателя	Ед. изм.	2016	2017	2018	Изменен ие 2018/201 7,%	Изменен ие 2017/201 2,%
1	2	3	4	5	6	7
Валовая выручка	Тыс. руб.	42682,0	58187,0	66319,0	114,0	136,3
Валовые затраты	Тыс. руб.	39655,0	53320,0	61240,0	114,9	134,5
Валовая прибыль	Тыс. руб.	3027,0	4867,0	5079,0	104,4	160,8

В результате анализа валовых показателей было выявлено, что валовая выручка в 2018 году увеличилась на 14%, валовые затраты - на 14,9%, валовая прибыль – на 4,4%.

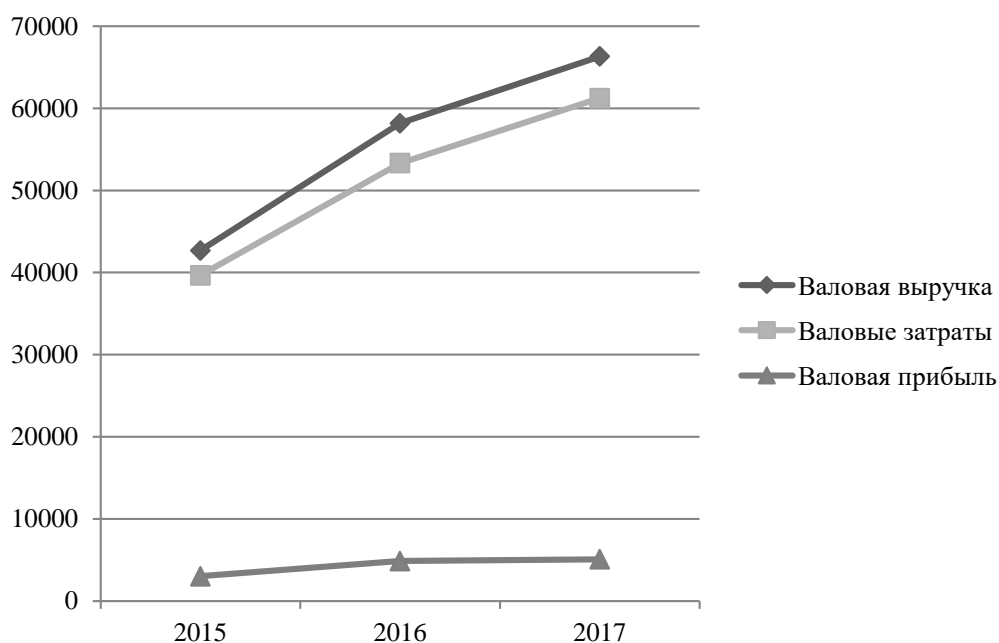


Рис. 3. Динамика основных финансово-экономических показателей ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Проведен анализ оборотных средств предприятия и расчет показателей финансовой устойчивости. Динамика и структура оборотных средств приведена в таблице 3.

Таблица 3

Динамика и структура оборотных средств ООО «СевЗапТорг» за 2016-

2018 гг.

Статья	На конец 2016 года		На конец 2017 года		На конец 2018 года		Изменение 2017/2016, %	Изменение 2018 / 2017, %
	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Запасы в том числе:								
- производственные запасы на складах	1770,0	22,3	2560,0	26,9	2127,0	26,6	44,6	-16,9
- затраты в незавершенном производстве	1643,0	20,7	2177,0	22,9	1372,0	17,1	32,5	-37,0
- расходы будущих периодов	260,0	3,3	220,0	2,3	140,0	1,7	-15,4	-36,4
- НДС по приобретенным ценностям	860,0	10,8	1157,0	12,2	1329,0	16,6	34,5	14,9
Дебиторская задолженность	920,0	11,6	1172,0	12,3	1490,0	18,6	27,4	27,1
Краткосрочные финансовые вложения	760,0	9,6	810,0	8,5	630,0	7,9	6,6	-22,2
Денежные средства	1720,0	21,7	1425,0	15,0	922,0	11,5	-17,2	-35,3
Итого	7933,0	100,0	9521,0	100,0	8010,0	100,0	20,0	-15,9

В 2018 году объем оборотных средств снизился на 15,9%. Это связано с уменьшением объемов производственных запасов на складах на 16,9%, затрат в незавершенном производстве на 37%, краткосрочных финансовых вложений на 22,2% и объемов денежных средств на 35,3%. При этом зафиксирован рост дебиторской задолженности на 27,1%.

В 2018 году изменилась структура оборотных средств. Снизился объем затрат в незавершенном производстве в 22,9% в 2017 году до 17,1% в 2018 году. Это связано с уменьшением количества реализуемых проектов. Доля дебиторской задолженности в 2018 году составила 18,6% от оборотных средств, что выше показателя 2017 года, когда доля дебиторской

задолженности составляла 12,3%.

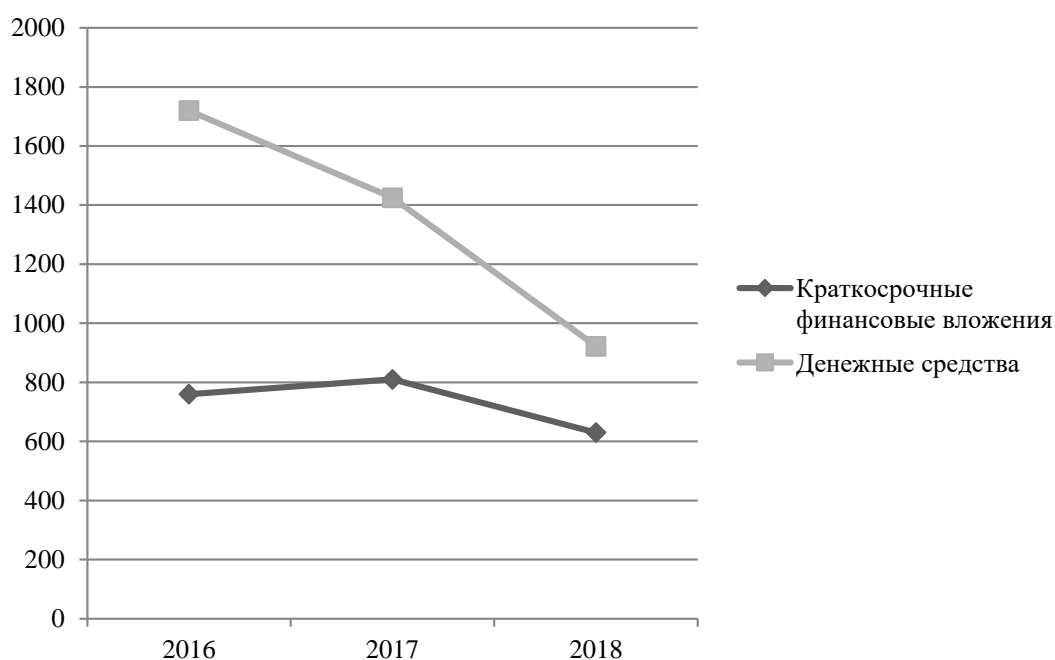


Рис. 4. Динамика краткосрочных финансовых вложений и денежных средств ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Значительно уменьшились объемы денежных средств с 21,7% в 2016 году и 15,0% в 2017 году до 11,5% в 2018 году. Это связано с использованием рассрочки платежа при взаимодействии с клиентами и снижением количества реализуемых проектов.

Рассчитаем показатели производительности труда (таблица 4).

Таблица 4

Показатели производительности труда ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Наименование показателя	Ед. изм.	2016	2017	2018	Изменение 2018/2017, %	Изменение 2017/2016, %
1	2	3	4	5	6	7
Объем реализации	Тыс. руб.	42682,0	58187,0	66319,0	36,3	14,0
Численность персонала	Чел.	15	17	18	105,9	106,3
Производительность труда	Тыс. руб. / чел.	790,4	1020,8	1124,1	29,2	10,1

В 2018 году производительность труда увеличилась на 29,2 %, а в 2017 году – на 10,1 %.

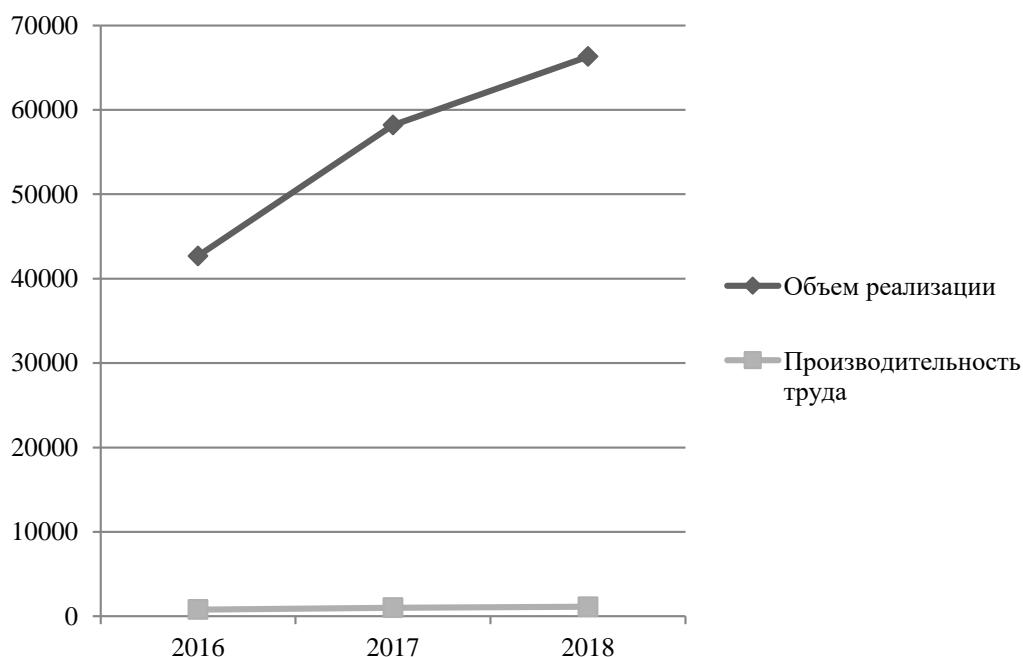


Рис. 5. Динамика производительности труда ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

На основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов. В таблице 5 приведены показатели, характеризующие ликвидность коммерческой деятельности ООО «СевЗапТорг».

Таблица 5

Расчет и анализ ликвидности ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Наименование показателя	Обозн. / расчет	2016	2017	2018	Изменение 2017/2016, %	Изменение 2018/2017., %	Норматив
1	2	3	4	5	6	7	8
Активы, млн. руб.	<i>Аоб</i>	9322,0	10628,0	9735,0	14,0	-8,4	
Долгосрочная дебиторская задолженность, млн. руб.	<i>Дзд</i>	700,0	922,0	1180,0	31,7	28,0	
Краткосрочная дебиторская задолженность, млн.руб.	<i>Дзк</i>	220,0	250,0	310,0	13,6	24,0	

Краткосрочные обязательства, млн. руб.	<i>КО</i>	2960,0	3317,0	3072,0	12,1	-7,4	
Денежные средства, млн. руб.	<i>Дс</i>	1720,0	1425,0	922,0	-17,2	-35,3	
Краткосрочные финансовые вложения	<i>ФВк</i>	760,0	810,0	922,0	6,6	13,8	
Коэффициент текущей ликвидности	$K_{тл} = (Аоб - Дзд) / КО$	2,9	2,9	2,8	0,5	-4,8	1,5-2 < 3
Коэффициент быстрой ликвидности	$K_{бл} = (Дс + ФВк) / КО$	0,8	0,7	0,6	-19,6	-10,9	> 0,8 < 3
Коэффициент абсолютной ликвидности	$K_{абл} = (Дс + ФВк + Дзк) / КО$	0,9	0,7	0,7	-17,9	-6,4	> 0,2

В столбце 2 таблицы 5 приведены условные обозначения и порядок расчета показателей, в столбце - нормативные значения показателей. Расчет показал, что текущая ликвидность ООО «СевЗапТорг» в норме – находится в диапазоне от 2 до 3. Это означает, что организация в состоянии выполнить текущие финансовые обязательства благодаря высокой оборачиваемости активов, реализации продукции. Абсолютная ликвидность также находится в норме - показатели больше 0,2 (рис. 6).

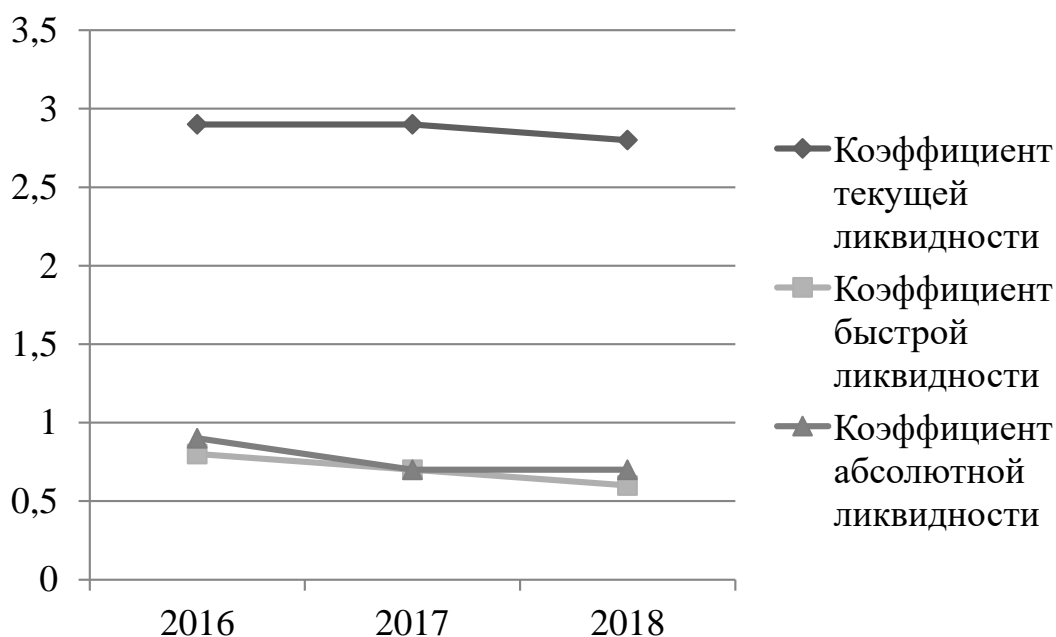


Рис. 6. Динамика ликвидности ООО «СевЗапТорг» за 2016-2018 гг.

Проблема выявлена только по показателю быстрой ликвидности, характеризующему финансовую устойчивость способность предприятия в краткосрочном периоде обращать активы в денежные средства, необходимые для выполнения финансовых обязательств. Показатель быстрой ликвидности за рассматриваемый период снижается, что делает организацию уязвимой в случае, если возникнет необходимость оперативных выплат кредиторам, поставщикам. Причина снижения быстрой ликвидности – уменьшение объемов денежных средств, вызванное ростом дебиторской задолженности.

В компании используется прогрессивная система мотивации, в которой уровень оплаты труда зависит от выполненного объема работ в соответствии с поставленным планом и с установленным качеством. В 2017 году, в связи с запуском Интернет-магазина, корпоративного сайта и круглосуточной службы доставки, изменился функционал сотрудников, появились дополнительные обязанности, что также повлияло на уровне оплаты труда.

При расчете среднесписочной численности учитывались только штатные сотрудники. Часть персонала, в частности, производственного, сотрудничает с организацией на условиях договора гражданско-правового характера и привлекается для разового выполнения определенного фронта работ. Расходы, связанные с оплатой услуг по договорам гражданско-правового характера (договорам подряда), отнесены на общую себестоимость и не включены в фонд оплаты труда.

ООО «СевЗапТорг» использует общую систему налогообложения, размер налога на прибыль составляет 20%, также предприятие уплачивает транспортный налог, налог на имущество, таможенные пошлины при ввозе товаров (комплектующих, материалов) из-за рубежа. Финансовые обязательства перед налоговыми и иными государственными органами, не включенные в налог на прибыль, отнесены к прочим расходам.

К прочим доходам отнесены доходы предприятия, не связанные с основной деятельностью, в частности, такие, как предоставление помещений

и транспорта предприятия в аренду.

Чистая прибыль увеличилась в 2018 году на 3,7%. Средства, полученные в форме чистой прибыли, были направлены на формирование резервного фонда. Темп прироста чистой прибыли в 2018 году снизился относительно 2017 года, когда составил 47,1%. Снижение темпов прироста чистой прибыли, так же как и выручки, связано с насыщением рынка и завершением ряда крупных проектов, которые были реализованы в 2017 году.

Производительность труда в 2017 г. увеличилась на 29,2% в результате внедрения современных технологий производства и продвижения, развития дилерской сети. В 2018 году рост производительности труда составил 10,1%.

В своей деятельности ООО «СевЗапТорг» пользуется упрощенной системой налогообложения.

УСН делится на два подвида: УСН «Доходы» и УСН «Доходы минус расходы». Оба вида данного налогового режима отличаются ставкой (в первом случае максимальная ставка это 6%, во втором – 15%) и порядком расчёта суммы, которую нужно заплатить.

«Доходы минус расходы» предполагает, что при расчете суммы, подлежащей к уплате, от полученного дохода нужно отнять расход. В таком случае максимальная ставка составляет 15%. Регионы также вправе снизить её до 5%.

Популярность этого налогового режима обусловлена простотой расчета взноса, а также тем, что при грамотном учете понесенных предпринимательских расходов можно хорошо понизить сумму налога, подлежащего к уплате. Отчетность нужно сдавать раз в год и не позднее конца первого квартала следующего года.

Таким образом, анализ основных финансовых показателей свидетельствует об экономической эффективности и прибыльности деятельности. Полученные в виде прибыли финансовые средства направляются на обеспечение деятельности предприятия, частично идут на формирование финансового резерва, наличие которого укрепляет

устойчивость предприятия [11].

2.4 Анализ формирования прибыли ООО «СевЗапТорг»

Факторный анализ прибыли от реализации.

Таблица 6

Факторный анализ прибыли от реализации, исходные данные, тыс.руб.

Показатели	На начало периода (по базису)	По базису на фактически реализованную продукцию	На конец периода (фактические данные)
1.Выручка от реализации (В)	42682	58187	66319
2.Себестоимость реализованной продукции (С.с)	39655	53320	61240
3.Прибыль от реализации (П) (п.1-п.2)	3027	4867	5079

Прибыль за анализируемый период выросла на 2052 тыс.руб.: $\Delta П = 5079 - 3027 = 2052$

Четырехфакторная модель.

1. Если сравнивать сумму прибыли на начало периода и прибыль, рассчитанную исходя из фактического объема и ассортимента, но при ценах и себестоимости продукции на начало периода, то разница между ними показывает, насколько произошло изменение прибыли за счет объема и структуры продукции отчетного периода:

$$\Delta П(P) = 4867 - 3027 = 1840 \text{ тыс.руб.}$$

2. Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо прибыль на начало периода умножить на процент роста объема производства, который определяется делением выручки от реализации, рассчитанной, исходя из

базисной цены и фактического объема реализованной продукции, на выручку от реализации на начало периода:

Процент роста объема производства: $k = 58187:42682*100\%-100\% = 36.33\%$

$\Delta\P(V) = 3027*36.33\% = 1099.709$ тыс.руб.

3. Определим влияние структурного фактора:

$\Delta\P(\text{уд.в}) = 1840-1099.709 = 740.291$ тыс.руб.

4. Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливается сравнением затрат, полученных при фактическом объеме реализации и себестоимости единицы продукции на начало периода и полной фактической себестоимостью на конец периода:

$\Delta\P(\text{с.с}) = 53320-61240 = -7920$ тыс.руб.

5. Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию определяется сопоставлением фактической выручки от реализации на конец отчетного периода с выручкой от реализацией, рассчитанной при фактических объемах продаж и ценах на начало периода:

$\Delta\P(\text{ц}) = 66319-58187 = 8132$ тыс.руб.

Общее изменение прибыли от данных факторов находится как суммирование полученных результатов:

$\Delta\P = 1099.709+740.291-7920+8132 = 2052$ тыс.руб.

Аналогичный анализ можно проделать, используя способ цепной подстановки.

Таблица 7

Расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции способом цепных подстановок

Показатель	Формула	Порядок расчета
На начало периода	$ВР_0-C/c_0$	3027
Усл. 1	$П_0*К_{\text{роста}}$	$3027*58187/42682=4126.709$
Усл. 2	$ВР_{\text{усл.}}-C/c_{\text{усл.}}$	4867
Усл. 3	$ВР_1 - C/c$	$66319-53320=12999$

На конец периода	BP ₁ - C/c ₁	5079
------------------	------------------------------------	------

Изменение суммы прибыли за счет:

1. объема реализации продукции:

$$\Delta\P(V) = 4126.709 - 3027 = 1099.709 \text{ тыс.руб.}$$

2. структуры товарной продукции

$$\Delta\P(\text{уд.в.}) = 4867 - 4126.709 = 740.291 \text{ тыс.руб.}$$

3. средних цен реализации:

$$\Delta\P(\Pi) = 12999 - 4867 = 8132 \text{ тыс.руб.}$$

3. себестоимости:

$$\Delta\P(\text{с.с.}) = 5079 - 12999 = -7920 \text{ тыс.руб.}$$

Общее изменение прибыли от данных факторов находится как суммирование полученных результатов:

$$\Delta\P = 1099.709 + 740.291 + 8132 - 7920 = 2052 \text{ тыс.руб.}$$

Трехфакторная модель.

Отклонение суммы прибыли от реализации продукции вследствие изменения:

$$\text{а) средних цен реализации } \Delta\P(p) = \sum(q_1 p_1 - q_1 z_1) - \sum(q_1 p_0 - q_1 z_1)$$

$$\Delta\P(p) = (66319 - 61240) - (58187 - 61240) = 8132 \text{ тыс.руб.}$$

$$\text{б) себестоимости единицы продукции } \Delta\P(z) = \sum(q_1 p_0 - q_1 z_1) - \sum(q_1 p_0 - q_1 z_0)$$

$$\Delta\P(z) = (58187 - 61240) - (58187 - 53320) = -7920 \text{ тыс.руб.}$$

$$\text{в) количества реализованной продукции } \Delta\P(q) = \sum(q_1 p_0 - q_1 z_0) - \sum(q_0 p_0 - q_0 z_0)$$

$$\Delta\P(q) = (58187 - 53320) - (42682 - 39655) = 1840 \text{ тыс.руб.}$$

$$\text{Взаимосвязь } \Delta\P = \Delta\P(p) + \Delta\P(z) + \Delta\P(q) = 8132 - 7920 + 1840 = 2052 \text{ тыс.руб.}$$

Индексный анализ прибыли.

Индексная модель.

$$\frac{\sum p_1 q_1 - \sum z_1 q_1}{\sum p_0 q_0 - \sum z_0 q_0} = \frac{\sum p_1 q_1 - \sum z_1 q_1}{\sum p_1 q_1 - \sum z_0 q_1} * \frac{\sum p_1 q_1 - \sum z_0 q_1}{\sum p_0 q_1 - \sum z_0 q_1} * \frac{\sum p_0 q_1 - \sum z_0 q_1}{\sum p_0 q_0 - \sum z_0 q_0}$$

Общий индекс изменения прибыли:

$$I = \frac{5079}{3027} = 1.6778$$

а) влияние на прибыль себестоимости;

$$\frac{\sum p_1 q_1 - \sum z_1 q_1}{\sum p_1 q_1 - \sum z_0 q_1} = \frac{5079}{66319 - 53320} = 0.3907$$

б) влияние на прибыль цены;

$$\frac{\sum p_1 q_1 - \sum z_0 q_1}{\sum p_0 q_1 - \sum z_0 q_1} = \frac{66319 - 53320}{4867} = 2.6708$$

в) влияние на прибыль объема реализации.

$$\frac{\sum p_0 q_1 - \sum z_0 q_1}{\sum p_0 q_0 - \sum z_0 q_0} = \frac{4867}{3027} = 1.6079$$

Итого: $I = 0.3907 * 2.6708 * 1.6079 = 1.6778$

Факторный анализ рентабельности продаж.

Общее изменение рентабельности:

$$\Delta_r = \frac{5079}{61240} - \frac{3027}{39655} = 0.66\%$$

в том числе:

а) из-за изменения цен:

$$\Delta_p = \frac{5079}{61240} - \frac{66319 - 53320}{61240} = -12.93\%$$

б) из-за изменения себестоимости:

$$\Delta_c = \frac{66319 - 53320}{61240} - \frac{4867}{53320} = 12.1\%$$

в) из-за изменения структуры продукции:

$$\Delta_q = \frac{4867}{53320} - \frac{3027}{39655} = 1.49\%$$

Взаимосвязь $\Delta r = \Delta r(p) + \Delta r(z) + \Delta r(q) = -12.93 + 12.1 + 1.49 = 0.66\%$

2.5 Анализ внутренней и внешней среды ООО «СевЗапТорг»

Для того, чтобы охарактеризовать PR-деятельность в ООО «СевЗапТорг», охарактеризуем внутреннюю и внешнюю среду предприятия.

На деятельность торговой организации ООО «СевЗапТорг» оказывают влияние условия внешней среды, такие, как социально-экономическая ситуация, законодательство, политические факторы (деятельность органов муниципальной, региональной, федеральной власти), технологические факторы (развитие технологий организации торговой деятельности). Наиболее значимыми факторами являются экономические и социальные условия. В таблице 8 представлен результат анализа факторов внешней среды, влияющей на деятельность ООО «СевЗапТорг».

Наибольшее влияние на результаты деятельности организации имеют экономические факторы, такие, как уровень платежеспособного спроса, налогообложение, возможность привлекать внешние финансовые ресурсы, факторы конкуренции. Проявление влияния обозначенных факторов на деятельность организации заключается в изменении доходов и расходов предприятия, и в конечном счете, на прибыль и рентабельность коммерческой деятельности [16].

Факторы внешней среды ООО «СевЗапТорг»

Группа факторов	Фактор	Проявление	Влияние на фирму
Политические	Законодательство	Определение требований к регистрации и ведению коммерческой деятельности.	Регистрация ИП, выбор системы налогообложения, учет и отчетность ИП, правила ведения деятельности
Экономические	Уровень спроса	Количество реальных покупателей на рынке, уровень платежеспособности покупателей	Снижение спроса уменьшает доходы предприятия. Снижение платежеспособности изменяет покупательское поведение.
	Налогообложение	Необходимость уплачивать налог на прибыль, иные обязательные платежи во внебюджетные фонды	Возможность выбрать оптимальную систему налогообложения
	Конкурентная ситуация	Большое количество конкурентов ужесточает борьбу за клиента, повышает требования к качеству продукции и обслуживания	Стимулирует развитие, укрепление конкурентных преимуществ. При отсутствии реакций со стороны организации- ведет в снижение доходов.
	Инвестиции	Деятельность кредитных, финансовых организаций, частных инвесторов	Возможность привлекать заемные средства для развития организации
Технологические	Появление новых технологий, материалов.	Совершенствование технологических процессов, внедрение информационных технологий в коммерческую деятельность	Активизирует торговую деятельность, повышает рентабельность и прибыль.
Социальные	Потребительское поведение	Потребности формируют спрос	Удовлетворение спроса обеспечивает доходы предприятия
	Социальная мобильность, туризм	Развитие туризма поддерживает спрос на детские товары	Формирует покупательское поведение

Социальные факторы проявляются в изменении потребительского поведения, потребностей отдельных социальных групп и мобильности населения.

Также на деятельность ООО «СевЗапТорг» влияют политические и технологические факторы. Первые формируют нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятия. Вторые способствуют развитию предприятия, так как предлагают современные информационные технологии и формы организации бизнеса [17].

Результаты анализа факторов внешней среды используются для разработки и обоснования возможных направлений развития предприятия. В таблице 6 представлен SWOT-анализ, характеризующий соответствие факторов внешней среды с сильными и слабыми сторонами организации.

ООО «СевЗапТорг» более 10 лет работает в сфере розничной торговли продуктов питания и товаров повседневного спроса, за это время компания смогла изучить потребности целевой аудитории, сформировать круг лояльных клиентов, внедрить современные технологии организации торговли, такие, как автоматизированная система учета с использованием штрих-кодов, создать сайт и т.д.

Компания стремится удовлетворить запросы клиентов предлагая интересные, полезные и привлекательные продукты, поэтому ассортимент компании постоянно обновляется. Для стимулирования спроса в ООО «СевЗапТорг» регулярно проводятся ценовые акции, действуют индивидуальные условия оплаты (программа лояльности) для постоянных покупателей и крупных заказов.

Эффективность работы компании определяется тем, что в ООО «СевЗапТорг» не четко определена стратегия развития, и вся оперативная деятельности ориентирована на ее реализацию [19].

SWOT-анализ для бренда ООО «СевЗапТорг»

<p>S (сильные стороны)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Качественные материалы • цена товаров; • срок реализации; • финансовые возможности; • гибкость организации деятельности; • уровень технологии; • ассортимент продукции; • качество реализации. 	<p>W (слабые стороны)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Существование нескольких компаний – конкурентов является основной слабой стороной бренда. • Целевая аудитория имеет с конкурентами доверительные отношения, соответственно, не будет переходить на бренд, о котором ничего не знают. • Низкая информированность аудитории о бренде ООО «СевЗапТорг» • Система сбыта
<p>O (возможности)</p> <ul style="list-style-type: none"> • выход на новые потребительские и географические рынки; • увеличение ассортимента; • заключение договоров с оптовыми посредниками • переход к более эффективным стратегиям • Налаживание выгодных партнерских отношений 	<p>T (угрозы)</p> <ul style="list-style-type: none"> • возможность появления новых конкурентов; • рост активности конкурентов; • изменение потребностей и вкуса покупателей; • снижение покупательской способности [22];

Существуют некоторые возможности по занятию более выгодной позиции на рынке. В числе возможностей и установление партнерских отношений с другими предприятиями – кинотеатрами, парикмахерскими и другими предприятиями сферы услуг (размещение купонов на скидку или проведение акций и т.п.). Выгодную позицию на рынке могут также представить публикации в СМИ, мероприятия для продвижения, хорошие отзывы, которые могут публиковаться на сайте на главной странице и распространение рекламы. К угрозам можно отнести то, что конкуренты могут представлять угрозу, если они одновременно начнут проведение своей PR кампании на тех же площадках, что и бренд ООО «СевЗапТорг» [19].

2.6 Мероприятия по повышению показателей прибыли ООО «СевЗапТорг»

Совершенствование складской деятельности предприятия предлагается совершенствовать по следующим направлениям:

- 1) устранение недочетов в системе организации складирования продукции;
- 2) совершенствование системы управления деятельностью;
- 3) сокращение сроков выполнения заказа для увеличения объема реализации.

Выполнение этих мероприятий должно быть направлено на достижение предприятием главной цели - укрепления позиции на рынке.

Дерево целей – это структурированный перечень целей организации, в котором цели более низкого уровня подчинены и служат для достижения целей более высокого уровня [18].

Составим дерево целей по совершенствованию внешнеэкономической политики ООО «СевЗапТорг».

На рисунке 7 рассмотрим дерево целей по повышению прибыли предприятия.

Совершенствование системы складирования является неотъемлемой частью повышения эффективности деятельности предприятия. При более совершенной системе складирования обработка заказов будет осуществляться быстрее - следовательно, можно будет минимизировать количество неотгруженных в срок заказов.



Рис. 7. Дерево целей для повышения прибыли предприятия.

Вот список мероприятий, которые необходимо будет провести для достижения поставленной цели:

1) Расширение складских площадей. На данный момент в распоряжении предприятия находится относительно небольшая площадь склада. Также минусом является разобщённость разных частей склада: склад готовой продукции, пункт выдачи товара. Причём расположение склада продукции и пункта выдачи товара является, весьма неэффективным как со стороны использования площади, так и со стороны восприятия клиентами

Для совершенствования деятельности предприятию необходимо расширить свои возможности. Хорошим вариантом организации складского хозяйства является организация складских и упаковочных площадей в пригородной зоне, с организацией там рабочих мест для необходимого персонала. Это приведет к значительной экономии финансовых средств и повышению эффективности логистики в целом [20].

Например, использование складских площадей в городе Никольское, находящегося в Ленинградской области, позволит эффективно организовать работу складского хозяйства. Имеются помещения общей площадью в 300 кв. метров, которые распределены в пропорции 150 – 80 – 50 – 20. Такое распределение видится оптимальным, а 20 кв. метров необходимы для организации подсобных и технических помещений. Для начала работы достаточно осуществить подводку оптоволоконных линий для организации надежных каналов связи.

На выбранных площадях нужно будет провести работы по обустройству, а также организации специализированных складских зон: приема и выдачи товаров, хранения лазерных и струйных картриджей. Дополнительно необходимо предусмотреть место для хранения различных расходников.

2) Организация работы адресного склада. Для реализации такой схемы хранения товаров необходима четко регламентированная процедура работы, которая выполняется по строго заданному алгоритму. Также необходимо наличие соответствующего программного продукта и подготовленного персонала. С внедрением адресного хранения организация получает:

- упрощение процедуры помещения товара на хранение, так как после получения акта приемки система сама определяет место (адрес) хранения конкретного товара;

- значительное ускорение и упрощение процедуры комплектации и выдачи заказа: достаточно ввести наименования необходимого товара и система укажет все места хранения;

- работникам склада проще выполнять основные складские операции благодаря наличию полной идентификационной информации по всем группам товаров и местам их хранения. Это в свою очередь снижается степень подверженности складского хозяйства воздействию пресловутого человеческого фактора.

Для организации эффективного адресного складского хозяйства необходимо наличие специализированного программного обеспечения

системы управления складом – WMS (Warehouse Management System). Благодаря такой системе ведется сбор всей информации по поступаемым, хранимым и выдаваемым товарам [24].

3) Организация системы контроля за сроками годности хранимых товаров. Чаще всего это осуществляется с помощью системы штрих-кодирования. Для этого необходимо закупить специальные считыватели, которые будут собирать и хранить информацию со всех прибываемых товаров. Обычно на складах используются считыватели двух видов: стационарные и мобильные. Стационарные считыватели необходимы для проверки штрих-кодов небольших партий товаров, а мобильные – для работы с габаритными грузами. Использование технологии штрих-кодирования позволяет еще при приемке получить всю необходимую информацию о поступаемом товаре, в том числе о сроках годности. Далее система настраивается необходимым образом и своевременно информирует работников склада о приближающемся окончании срока годности. Это позволит принимать оперативные решения о необходимости отпуска со склада тех или иных товаров, а также минимизировать или исключить полностью возможность просрочки. Функциональные возможности по обработке данных со штрих-кодов присутствуют в большинстве современных WMS, поэтому не возникнет потребности в закупке дополнительного программного обеспечения.

4) Модернизация транспортной составляющей складского хозяйства. Для работы на складе необходима современная погрузочно-разгрузочная техника, которая включает в себя различные автопогрузчики, подъемники и транспортные тележки и контейнеры. Использование специализированной техники позволяет увеличить скорость приемки на хранения товара, а также его выдачу в дальнейшем. Кроме того, без такой техники не удастся максимально эффективно использовать полезный объем складского помещения. Автопогрузчики могут быть оборудованы электрическим и топливным механизмом привода. Для топливных погрузчиков необходимо обеспечить определенный запас топливного вещества. Для склада

понадобятся 1 автопогрузчик грузоподъемностью 1500 кг, 4 новые тележки с гидравлическим механизмом. Также для работы на новой технике необходимо провести переобучение 2-х работников склада для получения прав на управление автопогрузчиком [24].

5) Сокращение численности персонала на складе. Это является естественным процессом при внедрении современных систем и технологий управления складским хозяйством. Введение адресного хранения значительно сокращает время на выполнение всех складских операций, соответственно, для работы с существующими объемами товаров достаточно наличие 4-х человек вместо имеющихся 9-и. Дополнительно персонал необходимо обеспечить рациями для оперативной связи – всего 7 штук.

Исходя из составленного дерева целей по совершенствованию системы складирования на предприятии ООО «СевЗапТорг» проведем расчет экономической эффективности от предложенных мероприятий [23].

Затраты по мероприятию совершенствование системы складирования будут следующие:

Покупка программного обеспечения WMS (Warehouse Management System - система управления складом)- 28500 р. (единовременные затраты)

Покупка оборудования для считывания штрих-кода – 2 шт.*4380р. = 8760 р. (единовременные затраты)

- закупка автопогрузчиков 1 шт.*960т.р. = 960 тыс. руб.
- закупка гидравлических тележек 4 шт.*13,4т.р. = 187,6 тыс. руб.
- обучение грузчиков на права автопогрузчика 2*15 т.р. = 30 т.р.
- средства связи рации 7 шт.*1,4 т.р. = 9,8 тыс. руб.

Таким образом, единовременные затраты по мероприятию составят:
 $28,5+4,38=37,26$ тыс. руб.

Себестоимость: $960+187,6+30+9,8 = 1187,4$ тыс. руб.

Итого затрат: $1187,4+37,26 = 1224,7$ тыс. руб.

Предполагается, что выручка от проведения мероприятия вырастит на 8,5%.

Заключение

Хозяйствующий субъект предприятия функционирует в условиях рыночной экономики с целью повышения эффективности производства, конкурентоспособной продукции и услуг на основании внедрения механизмов научно-технического прогресса, эффективной формы хозяйствования и управление производством, преодоление бесхозяйственности, активизации предпринимательства, инициативы. Основным значением в реализации данных задач приходится на анализ платежеспособности предприятия. Анализ позволил проанализировать и оценить обеспеченность предприятия, а также структурных подразделений собственными оборотными средствами, а также по отдельным подразделениям, определить показатели платежеспособности предприятия.

Возможность предприятия вовремя проводить платежи, заниматься финансовой деятельностью, свидетельствует об устойчивом финансовом состоянии. Состояние предприятия зависит от результатов деятельности. В случае, когда цели предприятия реализованы, данная ситуация положительно сказывается на платежеспособности и всех остальных показателей. При отсутствии положения в достижении целей организации, то в данном случае платежеспособность предприятия ухудшается.

Финансовое состояние ООО «СевЗапТорг» оценивается как устойчивое.

На деятельность торговой организации ООО «СевЗапТорг» оказывают влияние условия внешней среды, такие, как социально-экономическая ситуация, законодательство, политические факторы (деятельность органов муниципальной, региональной, федеральной власти), технологические факторы (развитие технологий организации торговой деятельности). Наиболее значимыми факторами являются экономические и социальные условия.

Компания стремится удовлетворить запросы клиентов предлагая интересные, полезные и привлекательные продукты, поэтому ассортимент

компании постоянно обновляется. Для стимулирования спроса в ООО «СевЗапТорг» регулярно проводятся ценовые акции, действуют индивидуальные условия оплаты (программа лояльности) для постоянных покупателей и крупных заказов.

Список использованной литературы

1. Басовский, Л.Е. Финансовый менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
2. Барашьян В.Ю., Золотарева В.С. Финансовый менеджмент: учебник / под ред. В.С. Золотарева, В.Ю. Барашьян. М.: КНОРУС, 2015. 520 с.
3. Корпоративные финансы: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.В. Борисова, Н.И. Малых [и др.]. М.: Юрайт, 2014. 651 с.
4. Корпоративные финансы: учебное пособие / В.В. Бочаров, В.Е. Леонтьев. М.: Юрайт, 2015. 592 с.
5. Брусов П.Н. Финансовый менеджмент. Математические основы. Краткосрочная финансовая политика: учеб. пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. 2-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2013. 304 с.
6. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: Учебник для бакалавров / М.В. Воронина. - М.: Дашков и К, 2015. - 400 с.
7. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г.Б. Поляк [и др.]; отв. ред. Г.Б. Поляк. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. 456 с.
8. Гребенников П.И. Корпоративные финансы: учебник и практикум для академического бакалавриата / П.И. Гребенников, Л.С. Тарасевич. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. 252 с.
9. Финансовый менеджмент: учебник / Ю.Г. Ионова, В.А. Леднев, М.Ю. Андреева. М.: Синергия, 2015. 288 с.
10. Екимова К.В. Финансовый менеджмент: учебник для СПО / К.В. Екимова, И.П. Савельева, К.В. Кардапольцев. Люберцы: Юрайт, 2016. 360 с.
11. Учебник / Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 294 с.
12. Кокин, А.С. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / А.С. Кокин, В.Н. Ясенев. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 511 с.

13. Леонтьев В.Е. Корпоративные финансы: учебник для академического бакалавриата / В.В. Бочаров, В.Е. Леонтьев, Н.П. Радковская. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. 331 с.

14. Незамайкин, В. Н. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров / В. Н. Незамайкин, И. Л. Юрзинова. — Москва: Издательство Юрайт, 2016. — 467 с.

15. Никитина Н.В. Корпоративные финансы: учеб. пособие / Н.В. Никитина, В.В. Янов. 2-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2014. 512 с.

16. Никитушкина И.В. Корпоративные финансы: учебник для академического бакалавриата / И.В. Никитушкина, С.Г. Макарова, С.С. Студников. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. 521 с.

17. Погодина Т.В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. М.: Юрайт, 2015. 351 с. 382

18. Румянцева, Е. Е. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. Е. Румянцева. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 360 с

19. Румянцева Е.Е. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Люберцы: Юрайт, 2016. 360 с.

20. Рогова, Е.М. Финансовый менеджмент: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 540 с.

21. Корпоративные финансы: учебник для академического бакалавриата / под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. М.: Питер, 2014. 592 с.

22. Турманидзе Т.У. Финансовый менеджмент: учебник / Т.У. Турманидзе, Н.Д. Эриашвили. М.: Юнити, 2015. 247 с.