

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**


На тему: Анализ прибыли предприятия на примере Общества с  
ограниченной ответственностью «Фудлайн»

Исполнитель Никифорова Дарья Васильевна  
(фамилия, имя, отчество)

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

Курочкина Анна Александровна  
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»  
Заведующий кафедрой

  
(подпись)

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

Курочкина Анна Александровна  
(фамилия, имя, отчество)

«7» июня 2022 г.

Санкт-Петербург  
2022

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	5
1.1 Экономическая сущность прибыли и источники ее формирования .....	5
1.2 Виды и функции прибыли предприятия .....	8
1.3 Этапы анализа прибыли .....	10
Выводы по 1 главе .....	18
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ООО «ФУДЛАЙН» .....	20
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Фудлайн» .....	20
2.2 Анализ прибыли и рентабельности ООО «Фудлайн» .....	31
Выводы по 2 главе .....	46
ГЛАВА 3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ И ПОВЫШЕНИЮ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ФУДЛАЙН» .....	47
3.1 Направления оптимизации прибыли ООО «Фудлайн» .....	47
Выводы по 3 главе .....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	54
Список использованных источников .....	56

## ВВЕДЕНИЕ

Любой коммерческой организации, работающей в современных условиях достаточно жесткой рыночной конкуренции, необходимо грамотно распределять свои внутренние ресурсы, а также быстро и своевременно адаптироваться к постоянно меняющимся внешним условиям.

В связи с этим, **актуальность** данной работы заключается в том, что регулярный анализ прибыли предприятия помогает увидеть эффективно ли компания распоряжается своей прибылью, наметить наиболее выгодные направления деятельности, а также поиск резервов для увеличения прибыли и рентабельности организации.

Проблемам управления экономической деятельностью организации посвящены публикации как отечественных, так и зарубежных ученых, таких как: И. Ансофф и М. Портер, О.С. Виханский, К. Бернар, Ю. Бригхем, Л. Гапенски, Г.В. Савицкая, О.В. Ефимова, М.В. Мельник, В.В. Ковалев, А.Д. Шеремет и др.

**Цель** работы - анализ формирования прибыли организации и разработка рекомендаций по совершенствованию управления ею.

Цель достигается путем решения следующих **задач**:

- рассмотреть определение экономической сущности прибыли предприятия и источники ее формирования;
- изучить виды и функции прибыли предприятия, а также этапы ее анализа;
- исследовать организационно-экономическую характеристику ООО «Фудлайн»;
- проанализировать прибыль и рентабельность на примере ООО «Фудлайн»;
- разработать мероприятия по оптимизации прибыли и повышения рентабельности деятельности ООО «Фудлайн».

**Объектом** исследования является общество с ограниченной ответственностью «Фудлайн».

**Предметом** исследования является анализ прибыли общества с ограниченной ответственностью «Фудлайн».

Работа состоит из трех глав, введения и заключения. В первой главе рассказывается о термине и источниках формирования прибыли, рассмотрены ее виды, функции и этапы анализа.

Во второй главе приведен анализ прибыли общества с ограниченной ответственностью «Фудлайн», описана характеристика предприятия, организационная структура управления.

В третьей главе представлены рекомендации по оптимизации прибыли и повышения рентабельности организации ООО «Фудлайн». Также приведен список использованных источников и литературы.

Методологической основой исследования послужили такие методы познания, как: анализ научной и учебной литературы, метод теоретического анализа и синтеза, финансово-экономический и сравнительный анализы, метод опроса и другие.

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

Теоретическую основу выпускной квалификационной работы составили труды различных специалистов в области финансового менеджмента и экономического анализа: О.А. Горленко, Т.И. Григорьевой, О.В. Ефимовой, В.А. Одинцова, Л.Г. Руденко и других авторов, а также Федеральные законы РФ, Положения по бухгалтерскому учету и интернет-ресурсы.

Источниками информации послужили: финансовая отчетность ООО «Фудлайн», регистры бухгалтерского учета, первичные документы за 2020-

2021гг.

## **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **1.1 Экономическая сущность прибыли и источники ее формирования**

Определение прибыли является основополагающим, поскольку она является значимым и главным результатом деятельности любой организации.

Теорию прибыли рассматривали в своих работах все крупные основатели и последователи классической политической экономии.

Первыми, кто заметил величие и всевозрастающую роль прибыли, были меркантилисты, считавшие, что прибыль в основном приносит внешняя торговля. Данная теория предполагала возникновение прибыли как результат продажи товара или услуги по более высокой цене. Если перенести данную теорию на уровень государства, то она предполагает максимальное расширение экспорта вплоть до законодательного ограничения импорта.

Другими учеными, изучающими прибыль, были физиократы. По их мнению, прибыль создается только в сельском хозяйстве, где основное воздействие оказывают силы природы, благодаря чему происходит снижение издержек производства и увеличение потребительных.

А. Смит и Д. Риккардо обосновали идею создания прибавочной стоимости в отраслях материального производства. Они рассматривали прибыль как дополнительную стоимость, полученную путем вычета затрат на оплату труда из стоимости товаров[25, с. 50].

К. Маркс считал, что прибыль представляет собой измененную прибавочную стоимость, источником которой является эксплуатация, неоплачиваемый прибавочный труд работников[25, с. 49].

Современными экономистами понятие прибыли трактуется иначе, к примеру, Д.Н. Павлова предлагает два определения прибыли (рисунок 1).

### Определение прибыли, по мнению Д.Н. Павловой

- это чистый доход компании, выраженный в денежной форме;
- это главный бесперебойно воспроизводимый ресурс компании, итоговая цель развития бизнеса.

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

Экономист Я.Н. Калмыкова считает, что прибыль – это некая часть дохода, остающаяся у компании после вычета всех обязательных расходов. Другими словами, это сумма выручки от реализации продукции, работ, услуг, основных фондов, иного имущества и доходов [24, с.243].

По мнению О.В. Ефимовой прибылью является финансовый результат компании, которым имеют право распоряжаться только владельцы.

Британский экономист Дж.Р.Хикс определяет прибыль как излишек дохода от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и продажу. Данное определение является основой у современных экономистов.

Согласно профессору Г.Б. Поляку, за счет прибыли оценивается экономическая эффективность, а непосредственно прибыль – это основной источник экономического и социального развития [36, с.47].

Среди ученых–экономистов также встречаются схожие определения прибыли. Так, для О.А.Горленко прибыль – конечный финансовый результат бизнеса компании, он понимает это как разницу между ценой продуктов и их стоимостью [13].

Таким образом, обобщая мнения представленных авторов, в настоящем исследовании под прибылью предприятия будут рассматриваться финансовые результаты компании, которые возникли в результате разницы между доходами, полученными от коммерческой деятельности, и расходами, понесенными в связи с ее реализацией. Прибыль и взаимосвязанные с ней показатели можно количественно оценить, она является инструментом, который использует управленец для контроля хозяйственной деятельности организации, а их отклонения, обнаруженные в процессе экономического

анализа, обуславливают необходимость поиска внутренних и внешних факторов влияния на полученные результаты.

В конечном итоге для обеспечения динамичного развития производства и укрепления позиций на рынке сбыта производимых товаров и услуг необходимо знание источников формирования прибыли и разработка методов по лучшему их использованию.

Источники формирования прибыли можно разделить на 3 главных составляющих (рисунок 2):

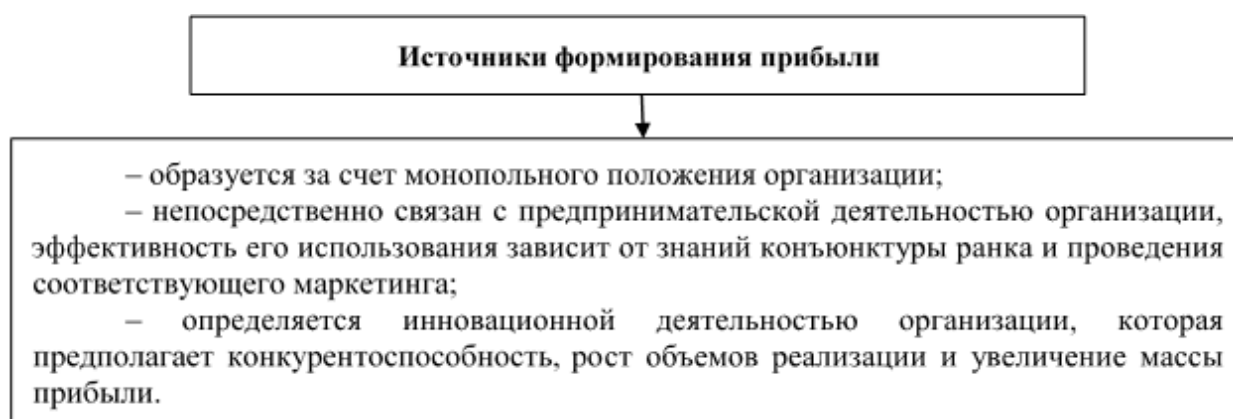


Рисунок 2 – Источники формирования прибыли

Первый источник образуется, если предприятие является монополистом. Для того чтобы продукт или услуга всегда оставались на относительно высоком уровне необходимо их постоянное обновлять. Однако по данному источнику существуют факторы, которые оказывают негативное влияние на увеличение прибыли: антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий, выпускающих аналогичный продукт или услугу.

Второй источник непосредственно связан с производственной и предпринимательской деятельностью. Эффективность использования данного источника зависит от умения адаптировать развитие производства под постоянно меняющуюся конъюнктуру рынка. Величина прибыли в данном случае будет зависеть от следующих факторов:

- правильность выбора производственной направленности предприятия

по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);

- увеличение объемов производства;
- создание конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание);
- от методов снижения издержек производства.

Последним источником формирования прибыли является инновационная деятельность предприятия. Использование данного источника предполагает постоянное обновление выпускаемой продукции, обеспечение ее конкурентоспособности, рост объемов реализации и увеличение массы прибыли.

Итак, прибыль является не только главной целью для предприятий, но также и одним из основных компонентов развития экономики государства в целом.

## 1.2 Виды и функции прибыли предприятия

В зависимости от источников образования и экономической сущности на предприятии различаются следующие виды прибыли, которые представлены на рисунке 3.

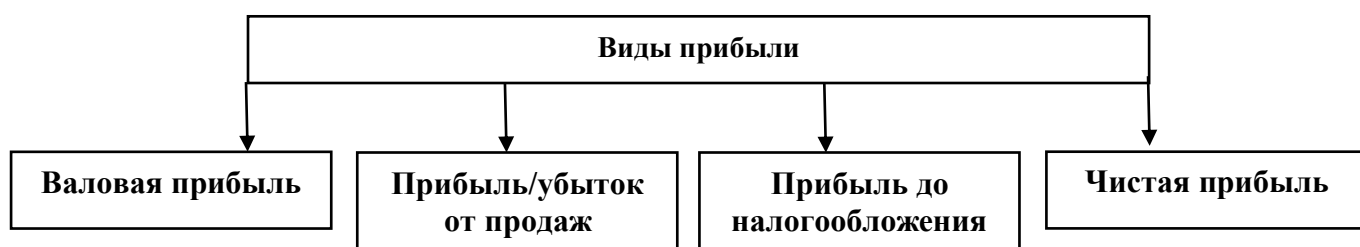


Рисунок 3 – Виды прибыли

Валовая прибыль – совокупный объем прибыли предприятия. Состав данной прибыли включает в себя:

- прибыль от реализации товарной продукции, которая исчисляется



путем вычета из общей суммы выручки от реализации этой продукции (работ, услуг) НДС, акцизов, налог с продаж и других затрат на производство и реализацию, включаемых в себестоимость. Данная прибыль является основной частью валовой прибыли;

–прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера, т.е. прибыль (убытки) подсобных сельских хозяйств, автохозяйств, лесозаготовительных и других хозяйств, находящихся на балансе предприятия;

–прибыль от реализации основных фондов и другого имущества;

–внереализационные доходы и расходы, т.е. результаты внереализационных операций.

Валовая прибыль рассчитывается по следующей формуле:

$$ПР_{\text{вал}} = В_{\text{ыр}} - С,$$

$ПР_{\text{вал}}$  — валовая прибыль,

$В_{\text{ыр}}$  — выручка от продаж,

$С$  — себестоимость реализованных товаров (работ, услуг).

Прибыль/убыток от продаж – разность между валовой прибылью и коммерческими или управленческими расходами компании. Управленческие расходы связаны с содержанием управленческого персонала, в то время как коммерческие расходы напрямую зависят от затрат на реализацию продукции.

Под прибылью до налогообложения понимается совокупность прибыли от продаж с прочими доходами и процентами к получению за вычетом всех прочих расходов и процентов к уплате.

Чистая прибыль – это прибыль предприятий, которая остается в их распоряжении после уплаты всех налогов, акцизов и платежей в государственные и местные бюджеты. Для определения данной прибыли из баланса предприятия вычитается налог на прибыль, налог на рекламу и другие налоги и платежи, оставшаяся разница в виде чистой прибыли используется предприятием по своему усмотрению[11, с.72].

Прибыль, как экономическая категория, характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия и выполняет воспроизводственную, стимулирующую и контрольную функции.

Воспроизводственная функция прибыли предполагает, что прибыль служит источником расширительного воспроизведения основных и оборотных фондов предприятия [3, с.458].

Стимулирующая функция рассматривает прибыль с точки зрения источника формирования различных фондов стимулирования, к примеру: фонд поощрения, фонд социального развития, фонд выплаты дивидендов, благотворительный фонд и т.д.

Контрольная функция позволяет следить за экономической деятельностью предприятия и представляет собой характеристику экономического эффекта деятельности.

Таким образом, существуют различные виды прибыли, в зависимости от источников ее образования. Также прибыль, являясь важным источником расширения производства и других внутрихозяйственных потребностей выполняет воспроизводственную, стимулирующую и контрольную функции.

### **1.3 Этапы анализа прибыли**

Важность анализа прибыли прослеживается на всех этапах управленческого процесса и в разрезе всех функций управления, ведь экономический анализ является инструментом выявления резервов организации и оценки потенциала, а также предпосылкой разработки рационально обоснованных планов деятельности.

Вопрос анализа прибыли широко затрагивается в литературных источниках, связанных с организационными и методическими аспектами, оценкой преимуществ и недостатков существующих методик, выявлением особенностей данной аналитической работы и исследованием отраслевых особенностей, а также осуществления анализа результатов деятельности.

Результативность анализа в целом и финансовых результатов в частности, по мнению Г.В. Савицкой, должна отвечать ряду требований: «Научный характер анализа, аналитическое исследование должно быть эффективным, унификация аналитической работы, обоснованное распределение обязанностей из проведения анализа» [38, с. 200].

Эффективность функционирования организации обеспечивается путем принятия взвешенных управленческих решений в сфере использования финансово-экономических ресурсов.

Анализ прибыли является важным инструментом систематического изучения основных экономических показателей хозяйственной деятельности организации, позитивных и негативных влияний бизнес-среды на их изменение, средством обоснования решений на всех этапах предпринимательской деятельности: от замыслов и формирования организации к реализации каждого этапа его функционирования.

Строится анализ прибыли на четко определенных этапах его осуществления с целью получения эффективных результатов в части затрат времени, материальных и трудовых ресурсов и выявления путей оптимизации отдельных хозяйственных операций на исследуемом субъекте ведения хозяйства, рисунок 4.



Рисунок 4 – Этапы анализа прибыли [12, с. 102]

Прибыль является основным источником обеспечения устойчивости организации и характеристикой его хозяйственного положения, а также основным направлением реализации принципов рыночной экономики и личного интереса.

Данные анализа прибыли используются не только внутренними пользователями, но и являются ключевыми для принятия контрагентами, инвесторами, кредиторами и другими субъектами управленческих решений, принимая во внимание то, что именно этот показатель является обобщающей характеристикой деятельности организации.

Необходимость анализа прибыли обусловлена собственной потребностью организации в части его экономического развития, ведь именно позитивный финансовый результат является источником для расширения производственных мощностей и масштабов деятельности, выхода на новые рынки сбыта, расширения материально-технической базы и оптимизации активов субъектов ведения хозяйства, а также источником реализации стратегии развития организации [40, с. 112].

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

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

Положительный финансовый результат представляет собой прибыль, которая используется и для расчета других показателей. Например, рентабельности инвестиций, прибыли на акцию и др. В процессе планирования величины прибыли управленческий персонал должен учитывать весь спектр взаимосвязанных с ним показателей, учитывая все возможные ресурсы и потенциал на достижение поставленных целей [19, с. 43]. Принимая во внимание повышение значения конкуренции в существующей на сегодняшний день экономической системе, финансовый результат является показателем конкурентоспособности на рынке, который характеризует возможность его адаптации к переменчивым условиям и способностью выдержать факторы влияния внешней и внутренней среды.

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

определяется системой показателей, отражающих способность компании своевременно и в полном объеме выполнять свои обязательства.

«Ликвидность активов — это способность активов конвертироваться в наличные деньги, а степень ликвидности определяется продолжительностью времени, в течение которого это преобразование может иметь место. Чем короче период трансформации, тем выше ликвидность активов» [22, с. 334].

Уровень ликвидности баланса определяется путем сравнения активов и пассивов, сгруппированных по степени ликвидности по срочности их выплаты (погашения долгов). В зависимости от уровня ликвидности группы активов попадают в разные группы риска: А1 – составляют активы минимальной группы риска, А2 – незначительной, А3 – средней, А4 – высокой группы риска.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Таблица 2 – Коэффициенты, характеризующие платежеспособность

Наименование показателя	Способ расчета	Норма	Пояснения
Коэффициент абсолютной ликвидности	$K_{абс} = (\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}) // \text{Краткосрочные обязательства}$	$>0,1$	Показывает, какую часть краткосрочной задолженности компания погашает немедленно.
Коэффициент промежуточной оценки»	$K_{л} = (\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Дебиторская задолженность}) / \text{Краткосрочные обязательства}$	Допустимое $0,7 * 0,8$ , желательное $>1,5$	Показывает, какая часть краткосрочных обязательств компании может быть немедленно погашена за счет средств на различных счетах, в ценных бумагах, а также поступлений по расчетам
Коэффициент текущей ликвидности	$K_{л} = \text{Оборотные активы} / \text{Краткосрочные обязательства}$	$>2,0$	Показывает, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчетам можно погасить, мобилизовав все оборотные средства

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

образом, на основании коэффициентного анализа.

Финансовая устойчивость – это состояние финансовых ресурсов организации, которое обеспечивает ее развитие за счет увеличения прибыли и капитала при условии, что сохраняется платежеспособность и кредитоспособность. Финансовая устойчивость рассчитывается через соотношение различных видов источников финансирования, а также их соответствия составу активов. Для оценки финансовой устойчивости используются абсолютные и относительные показатели. Смысл расчета абсолютных показателей заключается в том, что определяются источники средств и их объем, используемый для покрытия запасов. Обобщающим показателем финансовой независимости компании является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов, который определяется в виде разности между величиной источников средств и величиной запасов. С помощью этих показателей можно определить тип финансовой ситуации, сложившейся в организации, которые описаны в таблице 3.

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

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

Обобщающим показателем финансовой независимости организации



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

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

Наименование показателя	Способ расчета	Норма	Пояснения
Коэффициент автономии	$K_{ск} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Общая сумма капитала}}$	0,7-0,8	Показывает насколько компания независима от заемного капитала.
Коэффициент финансовой зависимости	$K_{зк} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Общая сумма капитала}}$	0,2-0,3	Характеризует долю заемных средств в общей сумме капитала (дополняет коэффициент автономии, их сумма равна единице).
Коэффициент финансового левериджа	$K_{фл} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$	$\leq 1$	Показывает, каких средств у организации больше, заемных или собственных (не должен превышать 1; чем больше превышение, тем больше зависимость от заемных средств).
Коэффициент маневренности капитала	$K_{м} = \frac{\text{Собственный капитал} - \text{внеоборотный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$	0,3-0,5	Показывает то, насколько организация обеспечена собственными средствами в мобильной форме.
Коэффициент обеспечения запасов	$K_{озк} = \frac{\text{Собственный оборотный капитал} - \text{Внеоборотные активы}}{\text{Запасы}}$	0,5-0,6	Показывает, в какой мере запасы обеспечены постоянным капиталом.
Коэффициент соотношения текущих и внеоборотных активов	$K_{соот. Ак} = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Внеоборотные активы}}$	0,7-0,8	Позволяет определить уровень обеспеченности ресурсами и имуществом, а также объем внеоборотных активов, который приходится на 1 рубль оборотных активов.

Величина таких коэффициентов определяется возможностью сравнения полученных результатов с существующими общепринятыми стандартными нормами. Полезность анализа соответствующих коэффициентов для принятия решений зависит от их правильной интерпретации. Финансовые показатели рассчитываются и анализируются для изучения изменений

финансового состояния организации. Диагностика финансовых результатов включает в себя три направления: диагностика рентабельности, прибыли и деловой активности. Рентабельность оценивает прибыльность компании и указывает на соотношение результата к затратам. Оценка рентабельности проводится при расчете следующих показателей (таблица 5).

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

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

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

### Выводы по 1 главе

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

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

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ООО «ФУДЛАЙН»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Фудлайн»**

Общество с ограниченной ответственностью «Фудлайн» (далее – ООО «Фудлайн») основано 4 августа 2020 года в соответствии с Гражданским Кодексом РФ.

Юридический адрес: 196608, г. Санкт-Петербург, г. Пушкин, б-р Софийский, д. 32, стр. 1, пом. 171, 172. Генеральным директором организации является Мамедов Мубариз Алиевич Оглы.

Целью деятельности организации является получение прибыли и повышение на этой основе жизненного уровня сотрудников организации. Основным видом деятельности организации является осуществление организации общественного питания на территории отеля «TsarPalaceLuxaryHotel&Spa». Также компания проводит различного уровня зрелищно-развлекательные мероприятия, участвует в организации конференций, взаимодействует с другими компаниями по роду деятельности. Общество является юридическим лицом. Права и обязанности юридического лица общество приобретает с момента его государственной регистрации. Правовое положение общества определяется действующим законодательством и Уставом организации.

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

Общество приобретает гражданские права и принимает на себя гражданские обязанности, через свои органы, действующие в соответствии с законодательством РФ и Уставом компании. Общество имеет круглую

печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на место его нахождения, вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации. В своей деятельности ООО «Фудлайн» руководствуется Гражданским кодексом РФ, Уставом компании, законодательными актами РФ. Характеристика основных экономических показателей представлена в таблице 6 по данным бухгалтерской отчетности, приложений 1 и 2.

Таблица 6 – Анализ основных экономических показателей ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Показатели	Годы		Абсолютное изменение	Темп роста, %
	2020 г.	2021 г.		
Выручка, тыс.руб.	1 800,0	10 680,0	8 880	593
Себестоимость продаж, тыс.руб.	181,4	21 129,0	20 947,6	11 648
Среднесписочная численность работников, чел.	10	50	40	500
Производительность труда, тыс.руб.	38,3	11 126,2	11 087,9	29 050
Фонд оплаты труда, тыс.руб.	3050,0	4012,0	962	131,5
Средняя заработная плата работника, тыс. руб.	50,8	58,3	7,5	114,7
Прибыль от продаж, тыс.руб.	966,7	44 201	43 234,3	4 572,4
Чистая прибыль (убыток), тыс.руб.	354,0	35 100,0	34 746	9 915
Стоимость собственного капитала, тыс.руб.	355,0	35 400,0	35 045	9972
Рентабельность собственного капитала, тыс.руб.	125,67	124254,0	124128,33	99,16

Согласно таблице 6 видно, что выручка от реализации выросла на 8880 тыс. руб., это на 593% выше, чем в 2020 году. Увеличилась себестоимость продаж на 20 947,6 тыс. руб. Это связано с тем, что в 2021 году ООО «Фудлайн» начало отвечать за всю организацию питания на территории отеля (банкеты, завтраки, конференции, а ля карт и т.д.); в 2020 году таких расширенных полномочий у организации не было. Это повлияло на повышение чистой прибыли на 34 746 тыс. руб., темп роста составил 5,7%.

На предприятии увеличилась численность работников, что повлияло на увеличение производительности труда. Фонд оплаты труда и средняя заработная плата работника за 2021 год увеличились на 962 тыс. руб. и 7,5 тыс. руб., или на 31,5 % и 14,7% соответственно. Это выше показателя инфляции за 2021 год, который составил 8,39 % по стране, следовательно, материальное положение работников организации улучшилось. Стоимость собственного капитала выросла на 35 045 тыс. руб. Это привело к тому, что темп роста рентабельности собственного капитала составил 99,16 %.

Организационная структура предприятия имеет линейной тип (рисунок 5).

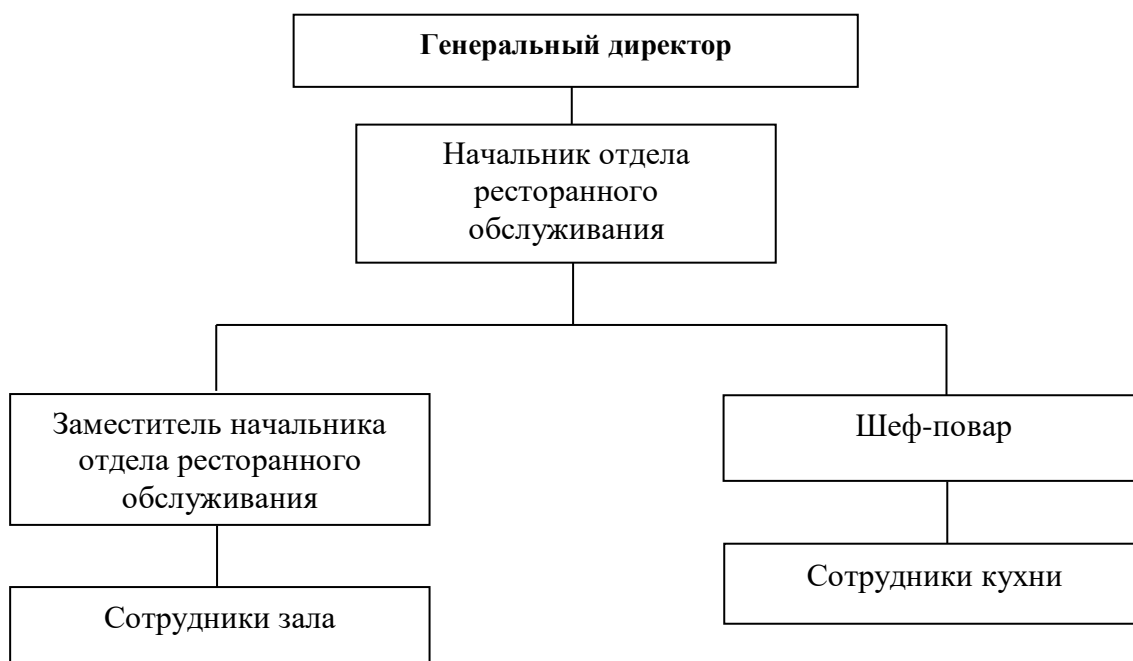


Рисунок 5 – Организационная структура ООО «Фудлайн»

К преимуществам линейной структуры можно отнести следующее: единство и четкость распорядительства, согласованность действий исполнителей, простота управления (один канал связи), четко выраженная ответственность, оперативность в принятии решений, личная ответственность руководителя за конечные результаты деятельности своего подразделения. В качестве недостатков можно выделить следующее: высокие требования к руководителю, который должен быть подготовлен

всесторонне, чтобы обеспечивать эффективное руководство по всем функциям; отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений перегрузка информацией, множество контактов с подчиненными, вышестоящими и сменными структурами; затруднительные связи между инстанциями; концентрация власти в управляющей верхушке.

Руководством компании занимается генеральный директор. Начальник отдела ресторанного обслуживания занимается организацией и контролем питания на территории отеля, ему подчиняются заместитель начальника отдела ресторанного обслуживания, которому подотчетны сотрудники зала, и шеф-повар, у которого в подчинении все сотрудники кухни.

Организация относится к малым предприятиям, и данная организационная структура максимально подходит для ООО «Фудлайн». Анализ кадрового потенциала позволяет определить степень обеспеченности сотрудниками в организации и их эффективность использования.

Состав и структура численности персонала ООО «Фудлайн» представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Состав и структура численности персонала ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Категории персонала	2020 г.		2021 г.		Абсолютное изменение	Темп роста, %
	Кол-вочел.	%	Кол-вочел.	%		
По видам						
- списочная численность	10	100	50	100	40	500
- средневочная численность	10	100	50	100	40	500
По категориям						
- руководители	4	40	4	8	0	100
- рабочие	6	60	46	92	40	767

Согласно таблице, в 2021 г. численность сотрудников изменилась на 40 человек по сравнению с 2020 годом. Таким образом, к концу 2021 г. основной состав персонала – это рабочие, которые занимаются непосредственно оказанием услуг питания. Также следует отметить в ООО

«Фудлайн» наблюдается превышение численности мужчин над численностью женщин. Подобная гендерная структура персонала вызвана спецификой деятельности компании.

Удельный вес женщин в 2021 году составил 30%, тогда как мужчины занимали 70% (рисунок 6).

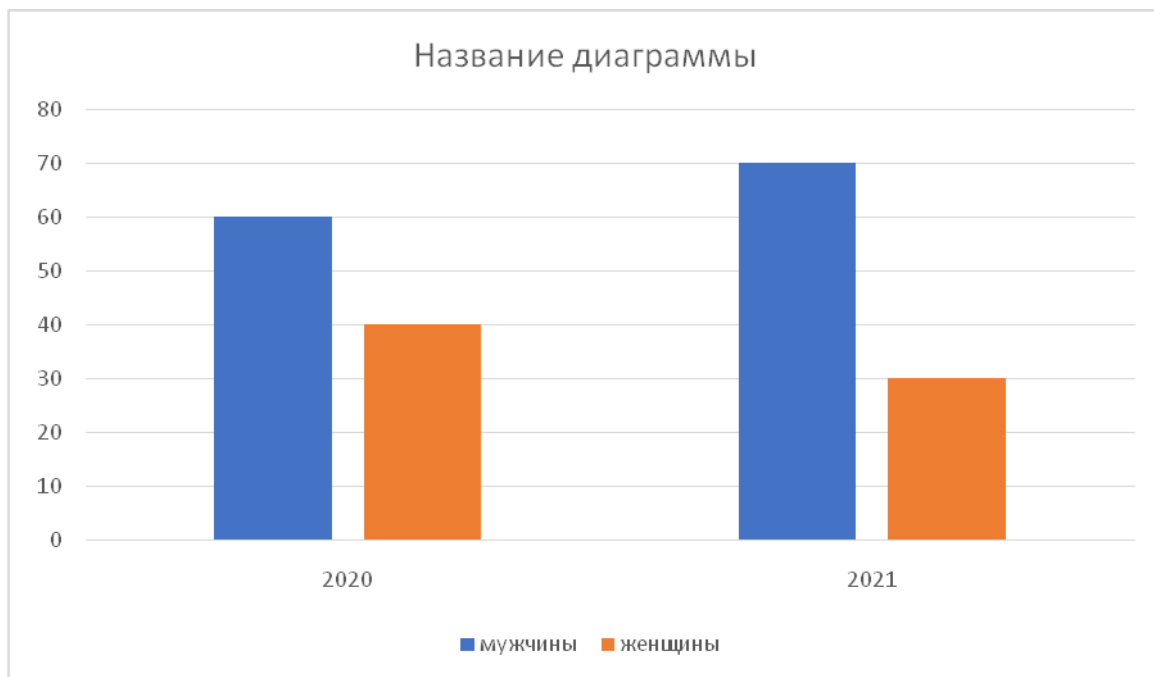


Рисунок 6 – Структура персонала по гендерному признаку ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

В таблице 8 приведен анализ персонала ООО «Фудлайн» по возрастному составу.

Таблица 8– Показатели персонала ООО «Фудлайн» по возрастному составу за 2020-2021 гг., чел.

Показатели	2020 г.	2021 г.	Абсолютное изменение
Общее количество работников, всего в т.ч. по возрасту:	10	50	40
от 18 до 25 лет	4	26	22
от 26 до 35 лет	4	9	5
от 36 до 45 лет	2	15	13

Анализ представленных данных таблицы 8 показал, что с 2020г. по 2021г. основная группа персонала — это молодые люди от 18 до 25 лет.



Анализ численности персонала по стажу ООО «Фудлайн» представлен в таблице 9.

Таблица 9 – Численность сотрудников по стажу ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Категория персонала	2020 г.		2021 г.		Абсолютное изменение
	Кол-во чел.	%	Кол-во чел.	%	
Списочная численность	10	100	50	100	40
от 0 до 3 лет	2	20	13	26	+11
от 3 до 5 лет	1	10	14	28	+13
от 5 до 10 лет	3	30	17	34	+14
Свыше 10 лет	4	40	6	12	+2

ООО «Фудлайн» работает с 2020 года, основная доля по численности к концу 2021 г. приходится на стаж от 5-10 лет, удельный вес которых составил 34%. Таким образом, представленный анализ свидетельствует об обеспеченности компании персоналом, а его качественный состав можно характеризовать как молодой и опытный.

В таблице 10 приведен анализ персонала организации ООО «Фудлайн» по уровню профессионального образования.

Таблица 10 – Анализ персонала организации ООО «Фудлайн» по уровню профессионального образования, чел.

Показатели	2020 г.		2021 г.		Абсолютное изменение
	чел.	%	чел.	%	
Высшее образование	7	70	29	58	22
Среднее специальное образование	3	30	21	42	19
Всего:	10	100	50	100	40

Согласно представленным данным таблицы 10, следует отметить, что основная масса сотрудников имеют высшее образование, доля которых составила 58% за анализируемый период. Доля персонала со средним специальным образованием составила 42% за весь анализируемый период.

К наиболее ответственному этапу в анализе персонала компании нужно

отнести движение персонала. Данные для изучения движения персонала приведены в таблице 11.

Таблица 11 – Показатели движения персонала ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Показатели	2020 г.	2021 г.	Абсолютное изменение
Списочная численность работников, чел.	10	50	40
Количество принятых работников, чел.	0	40	40
Количество выбывших работников, чел.	6	10	4
в том числе: по собственному желанию	6	10	4
Коэффициент оборота по приему, %	0	0,8	0,8
Коэффициент оборота по выбытию, %	0,6	0,2	0,4
Коэффициент текучести, %	60	20	40
Коэффициент замещения, %	0,6	0,6	0
Коэффициент стабильности кадров, %	1,7	4	2,3

Из таблицы 11 видно, что представленные коэффициенты по обороту и текучести снизились, причиной является динамика движения персонала в организации. Количество принятого персонала на работу увеличилось на 40 человек.

Проведенный анализ кадрового состава ООО «Фудлайн» показал, что организация полностью укомплектована кадрами, также отмечается превышение численности мужчин над численностью женщин в коллективе. Анализ свидетельствует о обеспеченности ООО «Фудлайн» персоналом, а его качественный состав характеризуется как относительно молодой.

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

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

компанию.

Макросреду следует рассматривать, используя PEST-анализ, посредством которого возможно определить влияние критериев внешней

среды на организацию (таблица 12).

Таблица 12 – PEST-анализ факторов среды косвенного воздействия

Фактор среды	Влияния на организацию	Направленности влияния	Интегральная
1	2	3	4=2*3
<b>Политические (P)</b>			
Политическая ситуация	3	1	3
Изменение законодательства	1	-1	-1
Государственное влияние на отрасль	1	-1	-1
Уровень развития правового регулирования экономики	1	-1	-1
Налоговая политика	2	-1	-2
<b>Итого:</b>			-2
<b>Экономика (E)</b>			
Уровень конкуренции в отрасли	2	1	2
Курс национальной валюты	1	-1	-1
Уровень инфляции	2	1	2
Рост налогов	3	1	3
<b>Итого:</b>			6
<b>Социум (S)</b>			
Демографические изменения	1	1	1
Уровень безработицы	1	1	1
Отношение к труду и отдыху	3	1	3
Социальная мобильность населения	3	1	3
Активность потребителей	2	1	2
<b>Итого:</b>			10
<b>Технология (T)</b>			
Развитие производственных технологий	1	1	1
Развитие Интернета и прочих дополнительных каналов связи	3	1	3
Уровень автоматизации производства	1	-1	-1
Новые продукты (скорость обновления и освоения новых технологий)	1	-1	-1
<b>Итого:</b>			4

Анализируя таблицу 12, а именно результативные интегральные оценки по анализу макросреды, можно увидеть, что самую высокую угрозу для организации представляют социум и экономика. Рост налогов, уровень инфляции, уровень конкуренции в отрасли, социальная мобильность населения, отношение к труду и отдыху, активность потребителей.

Однако следует отметить, что каждый из представленных факторов может быть или угрозой, или новой возможностью для компании. К угрозам можно отнести социум. Политика и технология имеют низкое влияние непосредственно на ООО «Фудлайн».

Проведем анализ прямого воздействия на ООО «Фудлайн» и начнем его с анализа конкурентов. В данный момент на анализируемом рынке услуг по оказанию питания города Пушкина конкурентная среда достаточно жесткая. Проведем сравнительный анализ деятельности основных конкурентов, таблица 13.

Таблица 13 – Сравнительный анализ основных конкурентов ООО «Фудлайн»(по 5-ти бальной системе: минимальная оценка—1; максимальная—5)

Факторы конкурентоспособности	ООО «Фудлайн»	ООО «Che Group»	ООО«Bona People Group»
Уровень цен	4	4	4
Скорость обслуживания	4,6	4,2	4,5
Интерьер и экстерьер	5	3,9	4,1
Сайт	4,1	3,6	5
Наличие парковки	5	3,9	4,3
Степень доверия клиента	4,8	4,7	4,7
Реклама	3,2	4	5
Общее количество баллов	30,7	28,3	31,6

Таблица 13 показывает, что лидером из представленных конкурентов является ООО «BonaPeopleGroup» –31,6 баллов», ООО «Фудлайн» отстает от лидера на 0,9 баллов. Главными критериями, по которым ООО «Фудлайн» не является лидером – сайт и реклама.

Завершим анализ внешней и внутренней среды организации матрицей SWOT – анализа (таблица 14).

Таблица 14 –Матрица SWOT-анализа ООО «Фудлайн»

	<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
	<p>Возможность укрепления репутации компании</p> <p>Повышение доверия к компании</p> <p>Рост доли рынка</p> <p>Активная реклама</p>	<p>Приход новых конкурентов</p> <p>Растущая агрессивность уже существующих конкурентов (расширение деятельности, создание более привлекательных предложений)</p> <p>Рост требований клиентов</p> <p>Наличие наиболее дешевых аналогов услуг</p> <p>Снижение платежеспособности потребителей</p>
<b>Сильные стороны</b>	<b>поле «SO» (сила и возможности)</b>	<b>поле «ST» (сила и угрозы)</b>
<p>Известность шеф-повара</p> <p>Хорошая техническая оснащенность кухни</p> <p>Высококвалифицированный персонал</p> <p>Широкая клиентская база</p> <p>Налаженные отношения с постоянными клиентами</p> <p>Высокое качество обслуживания</p> <p>Лидирование среди конкурентов по некоторым важным показателям конкурентоспособности</p> <p>Конкурентоспособные цены</p> <p>Сбалансированное меню</p> <p>Оптимизированные затраты на списание продуктов</p>	<p>Рост доходов населения</p> <p>Уход конкурента с совместно занимаемого рынка</p> <p>«Высокая цена - высокое качество»</p>	<p>Повышение конкурентоспособности (внедрение доставки, постоянный ABC-анализ позиций меню и т.д.)</p>
<b>Слабые стороны</b>	<b>поле «WO» (слабость и возможности)</b>	<b>поле «WT» (слабость и угрозы)</b>
<p>Наличие сильного конкурента на рынке</p> <p>Малая доля рынка и слабая реклама</p> <p>Нет доставки</p> <p>Нет своего сайта (основная информация о ресторанах представлена в виде выдержек из меню на основном сайте отеля)</p> <p>Нельзя с животными</p>	<p>Повышение платежеспособности населения</p> <p>Расширение перечня услуг</p> <p>Ведение агрессивной рекламной политики</p>	<p>Повышение курса рубля</p> <p>Изменения в политике поставщиков</p> <p>Активизация конкурирующих ресторанов</p> <p>Удаленность заведения от потоков потенциальных клиентов</p> <p>Падение покупательской способности населения</p>

Проведенный SWOT–анализ ООО «Фудлайн» позволил сделать следующие выводы:

– главными угрозами являются: рост требований клиентов, приход

новых и растущая агрессивность уже существующих конкурентов, наличие наиболее дешевых аналогов услуг и снижение платежеспособности потребителей;

– основными возможностями являются: внедрение новых услуг, поддержание политики «высокая цена – высокое качество», активная реклама;

– основными сильными сторонами ООО «Фудлайн» являются: высококвалифицированный персонал, налаженные отношения с постоянными клиентами, высокое качество обслуживания, конкурентоспособные цены;

– основными слабыми сторонами являются: наличие сильного конкурента на рынке, малая доля рынка и слабая реклама, отсутствие доставки за пределы отеля, у ресторанов нет своего сайта.

*Вывод:* ООО «Фудлайн» относится к малому предприятию. Целью организации является получение прибыли и повышение жизненного уровня сотрудников. Основным видом деятельности организации является осуществление организации общественного питания на территории отеля «Tsar Palace Luxury Hotel & Spa».

Потребителями услуг, предоставляемых ООО «Фудлайн», преимущественно являются физические лица (клиенты, проживающие в отеле, постоянные гости по картам системы лояльности, клиенты SPA-центра отеля).

Организационная структура имеет линейный тип. Численность персонала составляет 50 человек. Выручка от реализации в 2021 году выросла на 8 880 тыс. руб.

Проведенный анализ внешней и внутренней среды позволил выявить основные сильные и слабые его стороны, а также внешние факторы, влияниям которых оно подвержено.

## 2.2 Анализ прибыли и рентабельности ООО «Фудлайн»

Финансовое состояние организации отражает совокупный комплекс показателей, которые показывают наличие, размещение и использование финансовых ресурсов.

Основными источниками информации для анализа служат отчетный бухгалтерский баланс (приложение 1) и отчет о финансовых результатах (приложение 2).

Анализ баланса ООО «Фудлайн» представлен в таблице 15.

Таблица 15 – Аналитическая группировка и анализ статей актива баланса ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Активы	2020 г		2021 г.		Изменения		Темп роста, %
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	Абс. величины, тыс. руб.	удельного веса, %	
Имущество – всего, в т.ч.:	7096	100	122148	100	115052	100	172,1
<b>Имобилизованные активы</b> (внеоборотные активы)	0	0	242	0,20	242	0,21	100
<b>Оборотные активы – всего, в т.ч.:</b>	3548	100	61074	50	57526	50	172,1
Запасы + НДС	1394	39	12750	10,4	11356	9,9	91,5
Дебиторская задолженность + прочие оборотные активы	897	26	29456	24,2	28559	24,8	32,8
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	1257	35	18626	15,4	17369	15,09	14,8

Из таблицы 15 видно, что имущество компании увеличилось в 15,8 раз к концу 2021 г. (в абсолютном выражении имущество увеличилось на 115052 тыс. руб.). Имобилизованные активы тоже увеличились, т.к. изначально у организации не было своего оборудования, но в конце 2020 года его

закупили. Оборотные активы занимают основную долю в структуре имущества, и в абсолютном выражении они выросли на 57526 тыс. руб. или в 17,2 раза. Рост оборотных активов произошел в основном за счет статьи дебиторская задолженность, которая выросла в 32,8 раза в структуре имущества. Группа Запасы + НДС к концу 2021 года составила 12750 тыс. руб. Доля денежных средств увеличилась на 14,8 % в общей структуре, в абсолютном выражении они увеличились на 17369 тыс. руб.

Рассмотрим динамику изменений в составе и структуре пассивов баланса, таблица 16.

Таблица 16 – Аналитическая группировка и анализ статей пассива баланса ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Пассивы	2020 г		2021 г.		Изменения		Темпроста, %
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	абсолютной величины, тыс. руб.	удельног овеса, %	
Источники имущества – всего, в т.ч.:	3548	100	61074	100	57526	100	172,1
Собственный капитал, тыс.руб.	355	10	35391	57,9	35036	60,9	997
Заемный капитал, в т.ч.	163	4,6	2924	4,8	2761	4,8	179
долгосрочные обязательства	163	4,6	2643	90,4	2480	89,8	162
краткосрочные обязательства, в т.ч.	0	0	281	9,6	281	10,2	100
Кредиторская задолженность, тыс.руб.	3030	85,4	22759	37,3	19729	34,3	75,1

Наглядно изменение динамики собственного и заемного капитала представлено на рисунке 7.



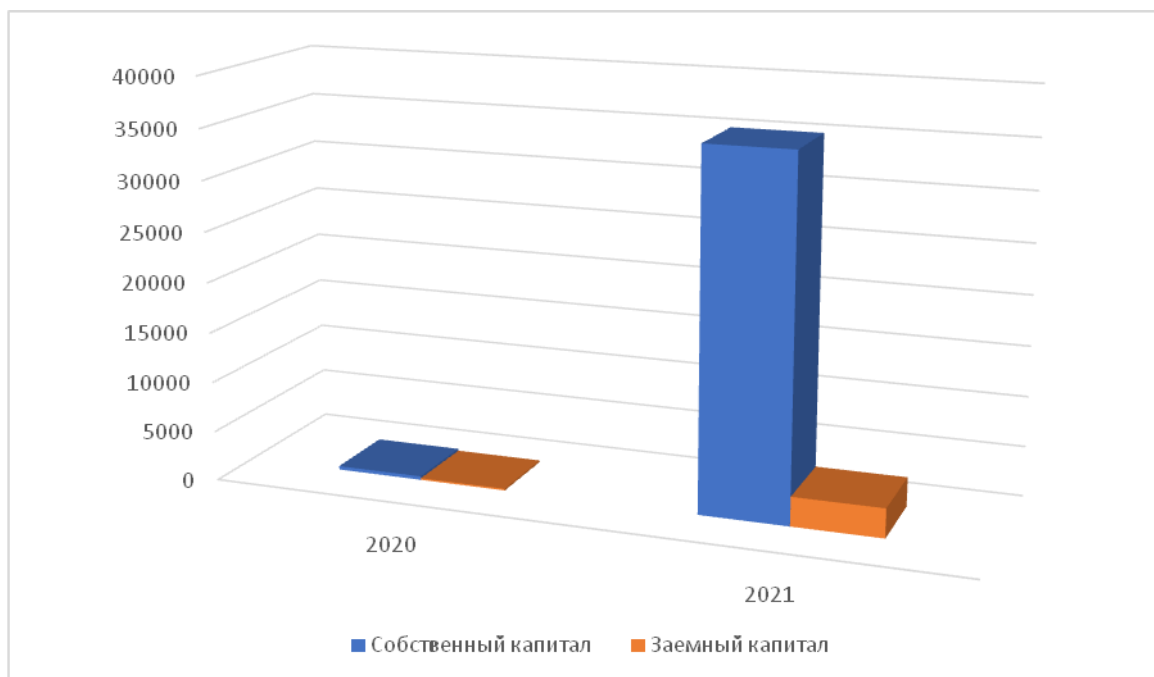


Рисунок 7 – Изменение динамики собственного и заемного капитала

Анализируя таблицу 16 и рисунок 7 можно сделать вывод, что собственный капитал организации за 2021 год вырос на 35036тыс.руб., что составило 997% по сравнению с 2020 годом. Также отмечается рост кредиторской задолженности на 19729тыс.руб., что составило 75,1%. Заемный капитал к концу 2021 года вырос в 16,9 раз, за счет краткосрочных обязательств, а именно кредиторской задолженности на 19729 тыс. руб.

Используя данные отчета о финансовых результатах, проанализируем порядок формирования прибыли ООО «Фудлайн» и ее динамику в таблице 17.

Таблица 17 – Анализ финансовых результатов ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Анализ прибыли от продаж							
Показатели	2020 г., тыс. руб.	Уд. вес в выручке, %	2021 г. тыс. руб.	Уд. вес в выручке, %	Изменения		Темп роста, %
					абсолютной величины, тыс. руб.	Удельного веса, %	
Выручка	1800	100	10680	100	8 880	100	593

Себестоимость продаж	181,4	10	21129	19,7	20 947,6	12,3	11648
Валовая прибыль	968,3	53,8	45395	42,5	44426,7	50	469
Управл. и ком. расходы	21,4	1,2	4032,1	0,4	4010,7	0,4	18842
Прибыль от продаж	966,7	53,7	44201	41,4	43234,3	48,7	4572,4
<b>Анализ прибыли до налогообложения</b>							
Прибыль от продаж	966,7	97,9	44201	93	43234,3	73,7	4572,4
Прочие доходы	0	0	17,6	2,1	17,6	2,7	100
Прочие расходы	19,8	0,2	890,3	4,9	870,5	23,6	450
Прибыль до налогообложения	9468	100	41363	100	31895	100	437

Анализируя таблицу 17, можно сделать вывод, что выручка ООО «Фудлайн» выросла на 593% или на 8880 тыс. руб., причиной является рост объемов услуг по оказанию общественного питания. Наибольшую долю в выручке занимает валовая прибыль, которая выросла на 469 %. В абсолютном выражении себестоимость выросла на 12,3% или на 20947,6 тыс. руб. Рост выручки и себестоимости повлияли на динамику валовой прибыли.

Наглядно изменение динамики основных показателей ООО «Фудлайн» представим на рисунке 8.

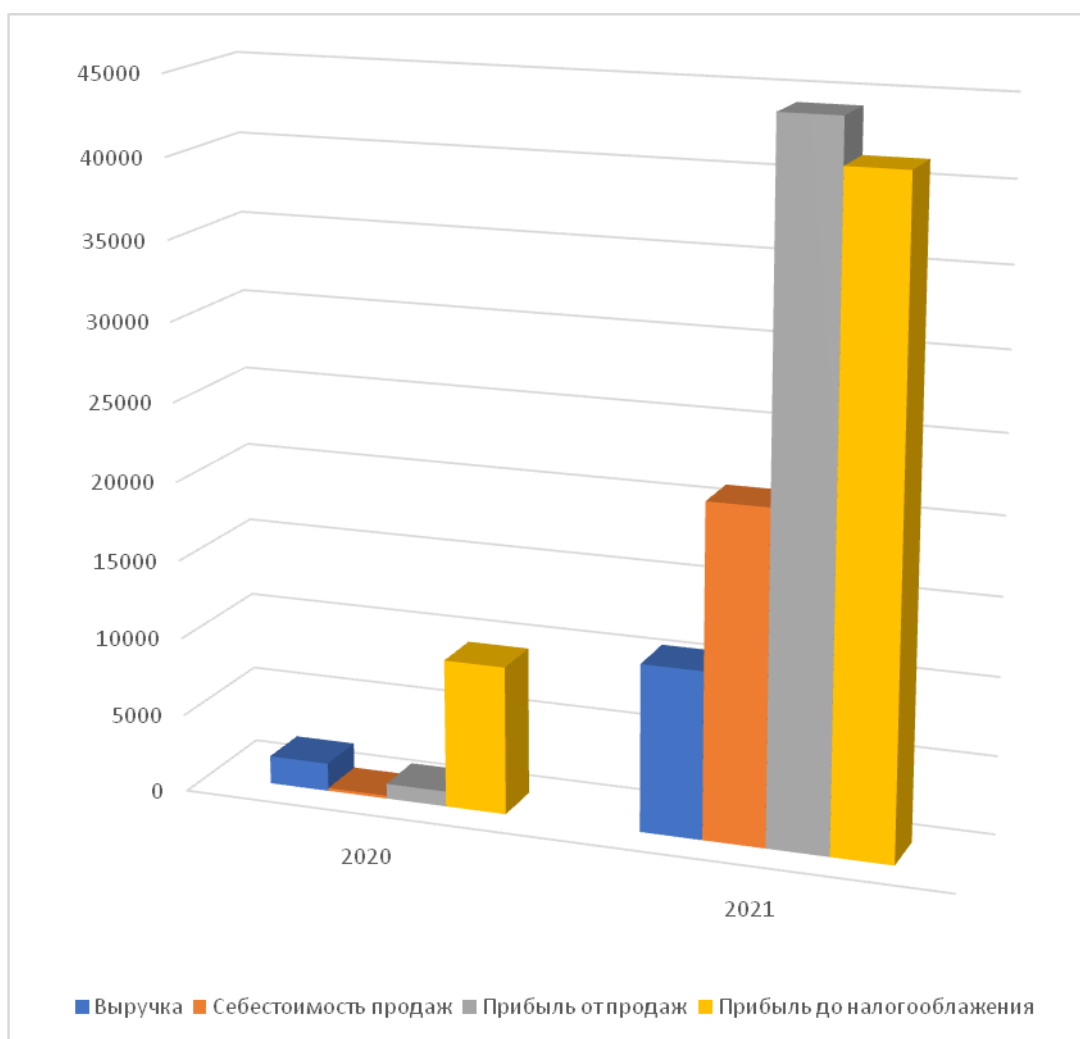


Рисунок 8 – Изменение динамики основных показателей ООО«Фудлайн» за 2020 по 2021 гг.

Проведем анализ прибыли до налогообложения, которая в динамике выросла на 31895 тыс. руб. или на 43,7%.

Несмотря на различную динамику показателей, компания вела активную деятельность и завершила год с прибылью. Прибыльность ООО «Фудлайн» за период с 2020 г. по 2021 г. рассмотрим по показателям рентабельности, выявим эффективность работы организации, таблица 18.

Таблица 18 – Анализ показателей рентабельности ООО «Фудлайн» за 2020–2021 гг.

Показатели	2020г.	2021г.	Абсол. измен.	Темп роста, %
1. Чистая прибыль, тыс. руб. (стр. 2400)	354	35100	34746	9915

2. Операционная прибыль (прибыль от продаж) тыс. руб. (стр. 2200)	966,7	44201	43234,3	4572,4
3. Выручка от реализации, тыс. руб. (стр. 2110)	1149	66525	65376	5790
4. Стоимость активов, тыс. руб. (стр. 1600)	3548	61074	57526	1721
5. Стоимость собственного капитала, тыс. руб.(стр. 1300)	355	35391	35036	9969
6. Рентабельность продаж (стр. 2 / стр. 3)	0,3	0,5	+0,2	166
7. Рентабельность активов (стр.1 / стр. 4)	0,1	0,6	+0,5	600
8. Рентабельность собственного капитала (стр.1 /стр. 5)	99,7	99,2	-0,5	99,5

Наглядно изменение показателей рентабельности ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг. представим на рисунке 9.

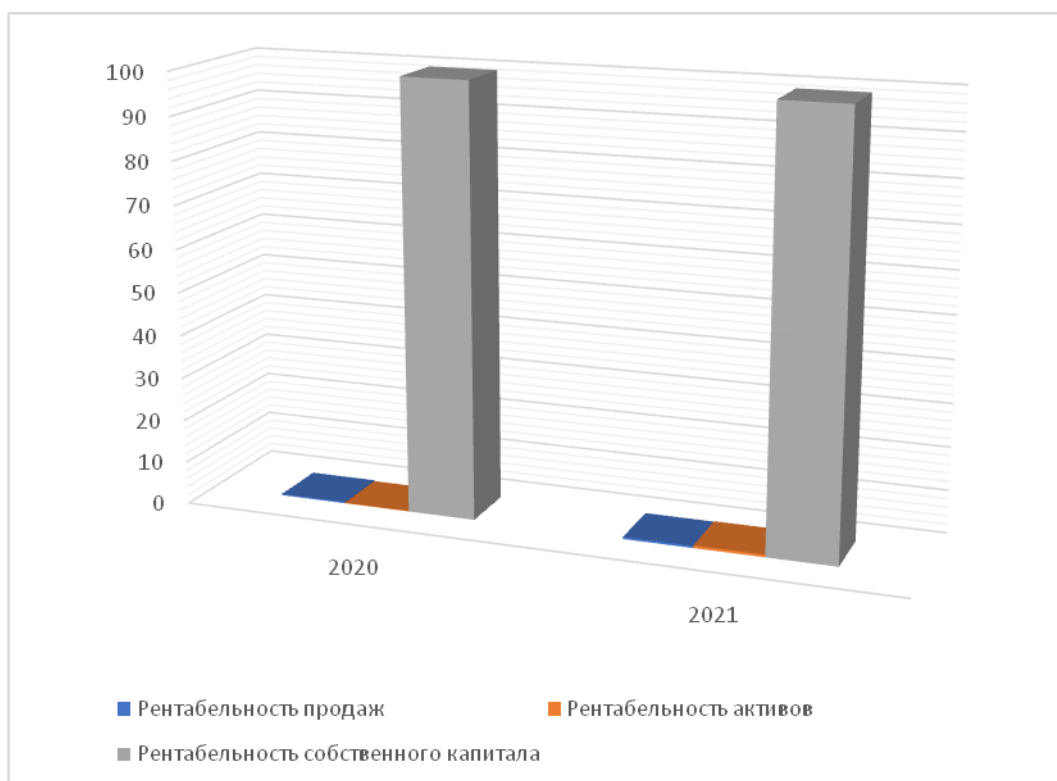


Рисунок 9 – Изменение динамики показателей рентабельности ООО «Фудлайн» за 2020 – 2021 гг.

Таблица 19 и рисунок 14 наглядно показывают, что чистая прибыль к концу 2021 года в динамике выросла на 9915%, при этом с ростом активов рентабельность активов увеличилась на 600%, и к концу 2021 года она составила 0,6%, т.е. 6 руб. ООО «Фудлайн» получает с каждого рубля вложенного в активы. Также рост собственного капитала повлиял на сокращение рентабельности собственного капитала на 0,5% и к концу 2021 г

составил 99,2%, это говорит о неэффективном использовании собственного капитала. Рентабельность продаж увеличилась на 166%, и к концу 2021 г она составила 0,5%, т.е. 5 руб. прибыли приходится на ед. оказываемых услуг. Анализ показателей ликвидности ООО «Фудлайн» представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Анализ показателей ликвидности ООО «Фудлайн»  
за 2020-2021 гг.

Показатели	Рекомендуемое значение	2020 г.	2021 г.	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (стр. 1240+стр. 1250)	х	1257	18626	17369	148
2. Дебиторская задолженность +прочие оборотные активы (стр. 1230+ стр. 1260)	х	897	29456	28559	328
3. Запасы (стр. 1210 + стр. 1220)	х	1394	12750	11356	915
4. Итого текущих активов (стр.1+стр.2+стр.3)	х	3548	61074	57526	172
5. Краткосрочные (текущие) обязательства (стр. 1500)	х	0	281	281	100
6. Коэффициент текущей ликвидности (стр.4 / стр.5)	Достаточное значение 2	0	2,173	+2,173	100
7. Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) ((стр.1+стр.2) / стр. 5)	Достаточное значение 0,8	0	1,7	+1,7	100
8. Коэффициент абсолютной ликвидности (стр. 1 / стр. 5)	Достаточное значение 0,2	0	6,6	+6,6	100

Наглядно изменение динамики показателей ликвидности ООО «Фудлайн» представлены на рисунке 10.

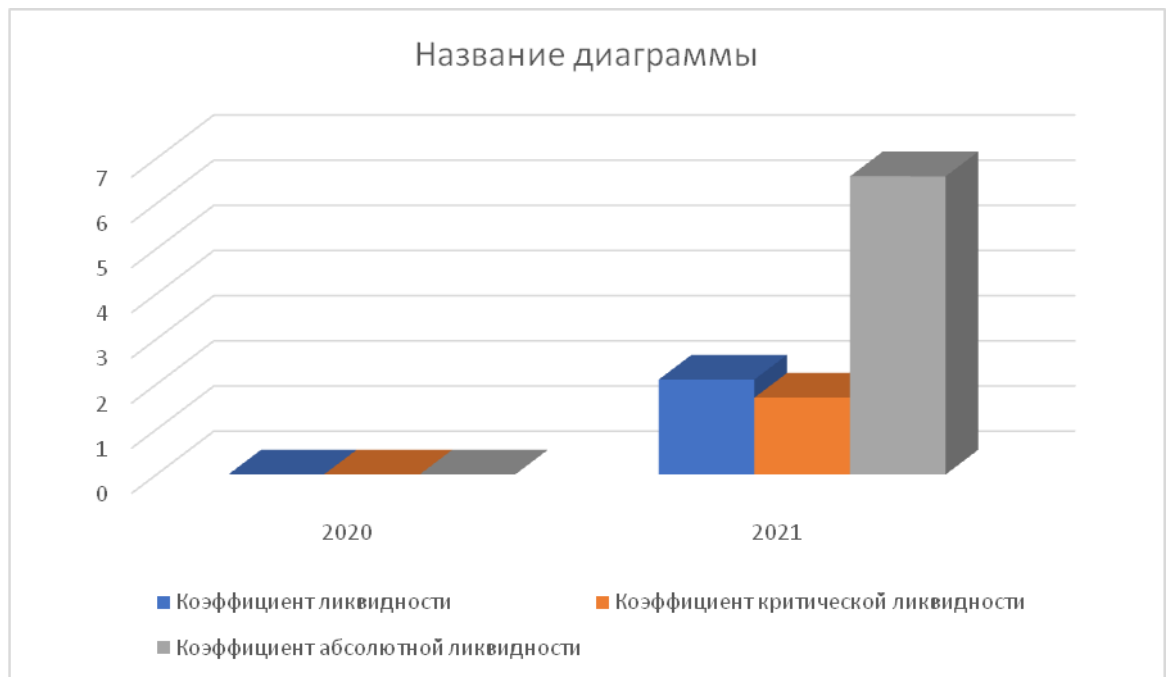


Рисунок 10 – Изменение динамики показателей ликвидности ООО «Фудлайн» за 2020 – 2021 гг.

Результаты таблицы 19 и рисунка 10 показывают следующее:

- коэффициент текущей ликвидности с 2020 г по 2021 г. выше нормы, т.е. у компании достаточно свободных ресурсов, которые были образованы благодаря собственным источникам;
- коэффициент критической ликвидности за анализируемый период не соответствует норме, и к концу 2021 года данный показатель имеет высокое значение;
- коэффициент абсолютной ликвидности с 2020 г. по 2021 гг. увеличился в динамике, и к концу 2021 года составил 6,6%, что значительно выше оптимального значения, т.е. у организации есть возможности мгновенно погасить часть кредиторской задолженности.

Таким образом, коэффициенты ликвидности за анализируемый период подтверждают, что баланс компании ликвидный.

В таблице 20 представлен анализ показателей оборачиваемости ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Таблица 20– Анализ оборачиваемости ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Показатели	Абсолютная величина, тыс. руб.		Коэффициент оборачиваемости (K <sub>об</sub> )		Оборачиваемость, в днях (T <sub>об</sub> )		Изменение	
	2020г.	2021г.	2021 г.	2020 г.	2020 г.	2021 г.	Коэфф. оборачив. (гр.5-гр.4)	Оборачив. в днях (гр.7-гр.6)
1. Выручка от реализации (стр. 2110)	1800	10680	-	-	-	-	-	-
2. Оборотные активы (с гр.1200)	3548	61074	1,01	0,35	368,7	127,8	-0,66	241
3. Дебиторская задолженность (стр. 1230)	897	29456	1,08	1,5	394,2	547,5	+0,42	153,3
4. Кредиторская задолженность (стр. 1520)	3030	22759	0,52	1,49	189,8	543,5	+0,97	353,7

Наглядно изменение динамики показателей оборачиваемости в днях ООО «Фудлайн» представим на рисунке 11.



Рисунок 11 – Изменение динамики показателей оборачиваемости в ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

На основании таблицы 20 и рисунка 11 можно сказать, что коэффициент оборачиваемости оборотных активов сократился на 0,66 и к концу 2021 года составил 0,35, что привело к снижению оборачиваемости в днях на 241 день, и к концу 2021 года оборачиваемость составила 127,8дней. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности вырос на 0,42 и к концу 2021 года составил 1,5, что повлияло на рост периода оборачиваемости на 153,3 дня и к концу 2021 года период оборачиваемости дебиторской задолженности составил 547,5дней. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности в динамике увеличился с 0,52 в 2020 г. до 1,49 в 2021 г., что привело к росту периода оборачиваемости на 353,7 дней, и в 2021 г. оборачиваемость составила 543,5 дня. Скорость оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженности за анализируемый период практически равны, однако показатели высоки, что говорит о неэффективной работе компании с клиентами. Таким образом, резкое увеличение дебиторской задолженности, а также рост кредиторской задолженности значительно снижают деловую активность компании.

Следующим основным показателем, характеризующим финансовое положение компании, является анализ финансовой устойчивости. Детальный анализ финансовой устойчивости проводится с помощью расчета специальных коэффициентов (таблица 21).

Таблица 21 – Анализ финансовой устойчивости ООО «Фудлайн» за 2020-2021 гг.

Показатели	2020 г.	2021 г.	Абсолютное изменение	Темпроста, %
1. Собственный капитал (стр. 1300)	355	35391	35036	997
2. Валюта баланса (стр. 1700)	3548	61074	57526	172,1
3. Заемный капитал (стр. 1400+ стр. 1500)	163	2924	2761	179



4. Собственный оборотный капитал (стр. 1300 –стр.1100)	3548	61074	57526	172,1
5. Запасы (стр. 1210)	1394	12750	11356	91,5
Коэффициент концентрации собственного капитала, (автономии) (1/2)	0,1	0,58	+0,48	580
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (3/1)	7,9	0,08	-7,82	0,01
Коэффициент маневренности (4/1)	10	1,73	-8,27	0,17
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками финансирования (4/5)	2,5	4,8	+2,3	192

Наглядно изменение динамики показателей финансовой устойчивости ООО «Фудлайн» представим на рисунке 12.

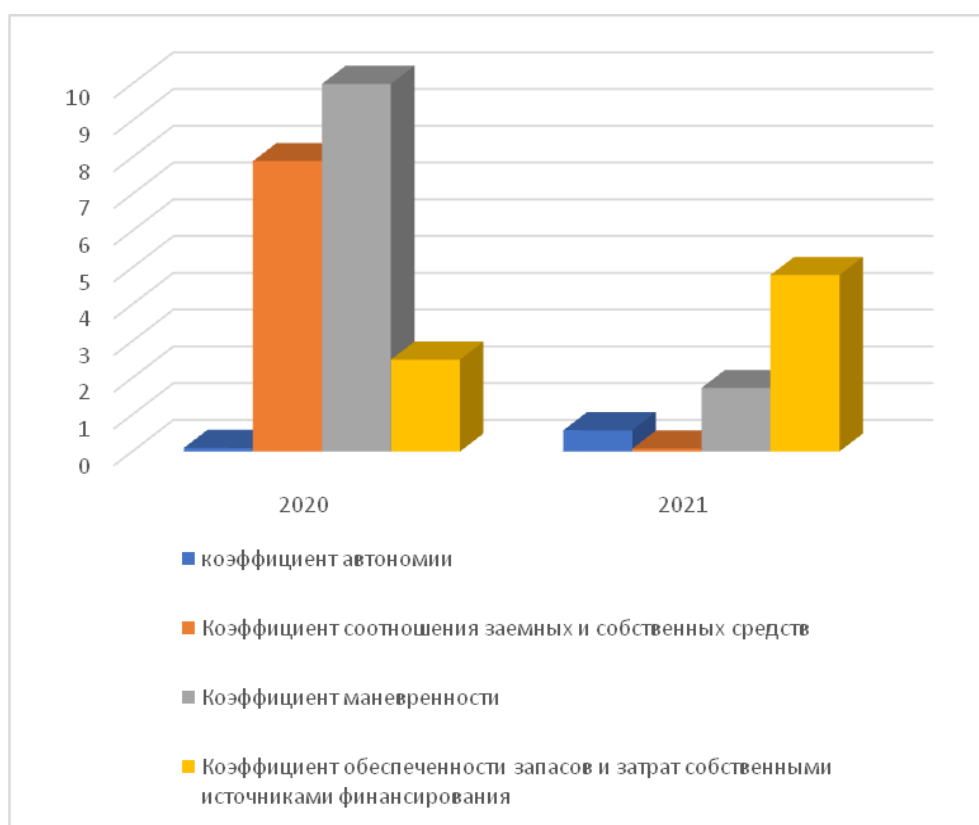


Рисунок 12– Изменение динамики показателей финансовой устойчивости ООО «Фудлайн» за 2020–2021 гг.

На основании результатов таблицы 21 и рисунка 12 мы можем сделать следующие выводы:

– коэффициент автономии в динамике увеличился на 0,48, показатель близкий к нормативу;

– коэффициент соотношения заемных и собственных средств в динамике сократился и составил к концу 2021 года 0,08, т.е. 0,08 руб. приходится на каждый рубль собственных средств организации;

– коэффициент маневренности в динамике сократился и составил 1,73, что указывает на организацию, независимую от займов и имеющую достаточное количество свободных средств для инвестирования в производство;

– коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками финансирования вырос до 4,8.

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

В ООО «Фудлайн» распределение чистой прибыли осуществляется на следующие цели: учредителям – 30%, цели накопления – 35%, цели потребления – 35%. Анализ распределения чистой прибыли ООО «Фудлайн» представлен в денежном выражении в таблице 22.

Таблица 22 – Анализ распределения чистой прибыли в ООО «Фудлайн» в 2020-2021 гг., тыс. руб.

Показатели	31.12. 2020 г.	31.12. 2021 г.	Абсол. отк. 2021 к 2020 тыс. руб.
Чистая прибыль	354	35100	34746
Учредителям 30%	106	10530	10424
Цели накопления 35%	124	12285	12161
Цели потребления 35%	124	12285	12161

Из таблицы 22 видно, что увеличение чистой прибыли в динамике, привело к росту в абсолютном значении сумм согласно целям распределения. Таким образом, наблюдается положительная динамика финансовых результатов компании, ежегодно происходит рост прибыли, что

является положительным аспектом в развитии компании. Факторный анализ прибыли от продаж позволит выявить в ООО «Фудлайн», какие факторы в наибольшей степени повлияли на финансовый результат.

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

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

где В – выручка, тыс.руб.;

С – себестоимость, тыс.руб.;

КР – коммерческие расходы, тыс.руб.;

УР - управленческие расходы, тыс.руб.

Факторный анализ прибыли от продаж в 2021 году в сравнении с 2020 годом методом цепных подстановок представлен в таблице 23.

Таблица 23 – Факторный анализ прибыли от продаж методом цепных подстановок, тыс. руб.

Фактор	Формула	Подстановка данных и зотчетности	Результат
Прибыль от продаж 2020 г	$V_{2020} - C_{2020} - KR_{2020} - UR_{2020}$	1149-181,4-0-0	967,6
Изменение выручки	$V_{2020} - C_{2020} - KR_{2020} - UR_{2020}$	1800-181,4-0-0	1618,6
Изменение себестоимости	$V_{2021} - C_{2021} - KR_{2020} - UR_{2020}$	106800-21129-0-0	85671
Изменение коммерческих расходов	$V_{2021} - C_{2021} - KR_{2021} - UR_{2020}$	106800-21129-0-0	85671
Прибыль от продаж 2021 г	$V_{2021} - C_{2021} - KR_{2021} - UR_{2021}$	106800-21129-0-0	85671
Влияние выручки		1618,6-967,6	651
Влияние себестоимости		-1618,685671	-84052,4
Влияние коммерческих расходов		85671-85671	0
Влияние управленческих расходов		85671-85671	-

Рассчитаем величину прибыли от продаж, формула 5.

$$ПП_1 - ПП_0 = \Delta ПП_{(В)} + \Delta ПП_{(С)} + \Delta ПП_{(КР)} + \Delta ПП_{(УР)} (5)$$

$$85671-967,6 = 651-(-84052,4)-0-0$$

$$84703,4 = 84703,4$$

На основании таблицы 23, формулы 5и данных отчета о финансовых результатах установлено, что величина прибыли от продаж к концу 2021 года выросла на 83401,4 тыс. руб. Положительное влияние оказали рост выручки от реализации (+651 тыс. руб.)и отсутствие коммерческих и управленческих расходов. Отрицательно повлиял рост себестоимости на 84052,4 тыс. руб. В таблице 24 рассмотрим факторный анализ прибыли до налогообложения в сравнении 2021 года к 2020 году методом цепных подстановок.

Таблица 24 – Факторный анализ прибыли до налогообложения методом цепных подстановок, тыс. руб.

Фактор	Формула	Подстановкданных изотчетности	Результат
Прибылидо налогообложения 2020 г	Пр. от пр.2020+ Пр. д.2020– Пр. р.2020	967,6+0-19,8	947,8
Изменениеприбылиот продаж	Пр. от пр.2021+ Пр. д.2020– Пр. р.2020	85671+0-19,8	85651,2
Изменениепрочих доходов	Пр. от пр.2021+ Пр. д.2021 – Пр. р.2020	85671+17,6-19,8	85668,8
Изменениепрочих расходов	Пр. от пр.2021+ Пр. д.2021– Пр. р2021	85671+17,6-890,3	84798,3
Влияниеприбылиот продаж		85651,2-947,8	84703,4
Влияниепрочихдоходов		85668,8-85651,2	17,6
Влияниепрочихрасходов		84798,3-85651,2	-852,9

$$ПП_1 - ПП_0 = \Delta ПП_{(Пр. от пр.)} + \Delta ПП_{(Пр. д)} - \Delta ПП_{(Пр. р.)} (6)$$

$$84798,3-947,8 = 84703,4+17,6-852,9$$

$$83850,5=83850,5$$

Согласно факторному анализу прибыли (таблица 24), расчетам формулы 6, прирост прибыли до налогообложения: составил 83850,5 тыс. руб. На изменение прибыли до налогообложения повлияло увеличение прочих расходов на 852,9 тыс. руб., а прочие доходыувеличились на 17,6.

Далее рассмотрим факторный анализ чистой прибыли в сравнении 2021 года к 2020 году методом цепных подстановок (таблица 25).

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

Фактор	Формула	Подстановка данных и зотчетности	Результат
Чистая прибыль 2020 г.	Пр. доналобл. 2020 – Нал <sub>2020</sub>	947,8-20%	758,24
Изменение прибыли до налогообложения	Пр. доналобл. 2021 – Нал <sub>2021</sub>	84798,3-20%	67838,64
Изменение налога на прибыль	Пр. доналобл. 2021 – Нал <sub>2021</sub>	84798,3-20%	67838,64
Влияние прибыли до налогообложения		67838,64-758,24	67080,4
Влияние налога на прибыль		67838,64-67838,64	0

Произведем расчет прироста чистой прибыли, формула 7.

$$\text{ПП}_1 - \text{ПП}_0 = \Delta\text{ПП} (\text{Пр. от пр.}) + \Delta\text{ПП} (\text{Пр. д}) - \Delta\text{ПП} (\text{Пр. р.}) \quad (7)$$

$$67838,64 - 758,24 = 67080,4 - 0$$

$$67080,4 = 67080,4$$

Согласно факторному анализу (таблица 25) и формуле 7, прирост чистой прибыли составил 67080,4 тыс.руб. На изменение чистой прибыли повлияло увеличение дохода предприятия.

По результатам факторного анализа отрицательное влияние на показатели прибыли имеет относительный рост себестоимости реализуемых услуг по оказанию общественного питания.

*Вывод:* Анализ показателей прибыли и рентабельности показал, что, несмотря на различную динамику показателей, компания вела активную деятельность и завершила год с прибылью. Прибыль до налогообложения в динамике выросла на 67080,4 тыс. руб. На прибыль до налогообложения повлияли увеличение прочих доходов, в динамике они увеличились на 17,6 тыс. руб. Чистая прибыль к концу 2021 года в динамике выросла на 9915%, при этом с ростом активов рентабельность активов увеличилась на 600%, и к концу 2021 года она составила 0,6%, т.е. 6 руб. ООО «Фудлайн» получает с каждого рубля вложенного в активы. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств в динамике сократился и составил к концу 2021 года

0,08, т.е. 0,08 руб. приходится на каждый рубль собственных средств организации.

### **Выводы по 2 главе**

ООО «Фудлайн» – коммерческая организация, основным видом деятельности которой является осуществление организации общественного питания на территории отеля «Tsar Palace Luxury Hotel & Spa».

Проведенный анализ кадрового состава компании ООО «Фудлайн» показал, что компания полностью укомплектована кадрами.

PEST-анализ выявил, что самую высокую угрозу для организации представляют социум и экономика, социальная мобильность населения, отношение к труду и отдыху, активность потребителей.

Матрица – SWOT-анализа показала, что основными сильными сторонами ООО «Фудлайн» являются: высококвалифицированный персонал, налаженные отношения с постоянными клиентами, высокое качество обслуживания, конкурентоспособные цены.

В результате критического анализа были выявлены следующие проблемы:

- рост дебиторской задолженности;
- темпы роста дебиторской и кредиторской задолженности значительно снижают деловую активность компании;
- рост себестоимости реализуемых услуг по осуществлению организации питания.

Однако, следует отметить, что выручка ООО «Фудлайн» выросла на 593% или на 8880 тыс. руб., причиной является рост рентабельности собственного капитала, что является положительным аспектом в развитии компании.

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

# ГЛАВА 3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ И ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ФУДЛАЙН»

## 3.1 Направления оптимизации прибыли ООО «Фудлайн»

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

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

На основании исследования выявлены основные факторы, влияющие на формирование и распределение чистой прибыли, представленные на рисунке 13.

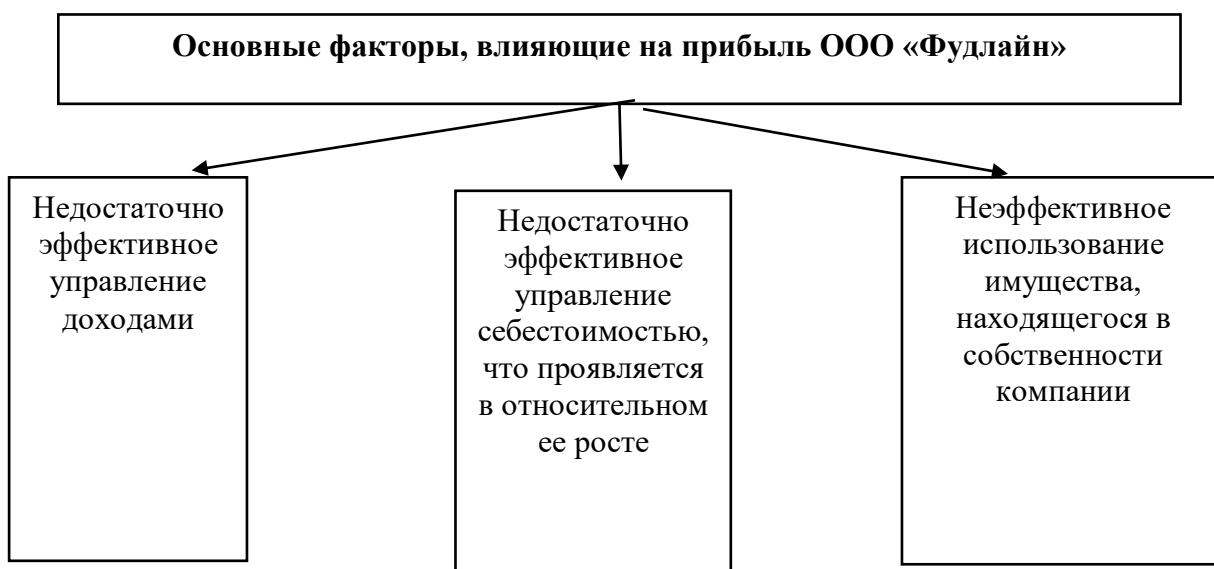


Рисунок 13 – Основные факторы, влияющие на прибыль ООО «Фудлайн»

Для устранения факторов, представленных на рисунке 13, автором настоящего исследования предлагаются мероприятия, представленные в

таблице 26.

Таблица 26–Проблемы и пути их разрешения

Проблемы	Мероприятия
Недостаточноэффективноеуправление доходами	Дляувеличенияпоказателявыручки предлагаетсяпривлечь новых клиентов с помощью рекламы.
Недостаточно эффективное управление себестоимостью, что проявляется в относительном ее росте	Снижение себестоимости на некоторые позиции в меню, поиск более дешевых, но качественных аналогов.
Недостаточно эффективное использование имущества	Открытие ресторана с панорамным видом на крыше отеля, обустройство территории для выездных регистраций.

Далее рассмотрим указанные мероприятия по оптимизации прибыли.

1. Мероприятия по увеличению роста доходов организации. Отметим, что для увеличения показателя выручки, начального показателя доходности ООО «Фудлайн» необходимо привлечение дополнительных контрагентов. Как показывает практика финансово – хозяйственной деятельности, возможно рассмотрение специальных предложений, которые помогут привлечь заказчиков, к примеру, работа с экскурсоводами, которые будут приводить клиентов на специальные цены по меню.

Еще одной рекомендацией для увеличения прибыли может служить проведение рекламных мероприятий. Проведение дополнительных рекламных мероприятий будет способствовать увеличению продаж компании и расширения рынка услуг, это, в свою очередь, увеличит темп прироста выручки и окажет влияние на увеличение валовой прибыли организации, к таким рекламным мероприятием можно отнести EVENT-вечеринки для организаторов, фотографов, стилистов, которые непосредственно работают с целевой аудиторией компании.

Основные цели проведения новой рекламной кампании ООО «Фудлайн» представлены в таблице 27.

Таблица 27 – Цели проведения рекламной компании ООО «Фудлайн»



Цели рекламной кампании	Инструменты
Формирование имиджа ООО «Фудлайн» в г. Санкт Петербурге и Ленинградской области	Наружная реклама - визуальный образ;
Информирование потенциальных клиентов о местонахождении ООО «Фудлайн» в г. Пушкин	Размещение информационных материалов в газетах и журналах г. Санкт Петербурга и Ленинградской области; Интернет-реклама - с переходом на сайт компании ООО «Фудлайн» г. Пушкин или отдельную страницу с подробным описанием; Директ-маркетинг – адресная рассылка клиентам.
Стимулирование продаж	Рекламные баннеры, размещаемые на оживленных улицах и местах с высокой проходимостью.

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

Содержание мероприятий директ-маркетинга сводится к непосредственному контакту с клиентом с помощью использования различных типов инструментов: курьерская доставка, электронная почта,

рассылка факсов и телемаркетинг. Схема этих мероприятий следующая:

- развивается определенная клиентская база для отправки писем с пожеланием сотрудничества между компаниями;
- осуществляется рассылка корреспонденции по наработанным адресам;
- осуществляется обзвон клиентов, которым была доставлена посланная корреспонденция;
- организация встреч с клиентами, заинтересованными в товарах и услугах компании.

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

- среднерыночная стоимость отправки одной почтовой корреспонденции 17,70 руб.;
- среднерыночная стоимость упаковки белых конвертов формата 110/220, 1000 шт./кор.) составляет 1539 руб., т.е. 1руб. 54 коп. за 1шт.;
- среднерыночная цена упаковки бумаги А4 (210x297, 500 шт./уп.) составляет 250 руб., т.е. 0,5 руб. (50 коп. за 1шт.)

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

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

Финансирование рекламы планируется из чистой прибыли ООО «Фудлайн». Для обоснования целесообразности реализации рекламной кампании ООО «Фудлайн» необходимо произвести оценку экономической эффективности проекта. Состав экспертов включает в себя генерального директора компании, главного бухгалтера и начальника отдела ресторанного

обслуживания. Ожидаемый результат по оценкам трех экспертов рассчитывается по формуле 8:

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

где ТО – оптимистическая оценка показателя;

ТП – пессимистическая оценка,

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

Экспертная оценка увеличения выручки посредством рекламы представлена в таблице 28.

Таблица 28 – Экспертная оценка увеличения выручки по средствам рекламы ООО «Фудлайн» (максимальный % – 10, минимальный – 0)

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

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

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

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

- уменьшение себестоимости блюд за счет поиска новых продуктов или уменьшение порций;
- закупка продукции у одного или максимум двух дистрибьютеров, с целью получения большей скидки;
- внедрение новых методов приготовления блюд с помощью инновационных технологий, таких как: SousVide, Cook&Chill – C&C, Cook&Freeze – C&F, Cook&Hold – C&H);
- установка современного оборудования (VarioCookingCenter,

камеры глубокой шоковой заморозки, камеры интенсивного охлаждения, бликсеры, аппараты упаковочные вакуумные);

- внедрение сезонного меню;
- постоянный контроль за foodcost, минимизация списаний.

4. Мероприятие по оптимизации использования имущества, находящегося в собственности или в аренде компании ООО «Фудлайн».

В собственности компании на территории отеля находятся два ресторана, банкетный зал и конференц-зал.

Один из ресторанов открывается только на мероприятия, следовательно, залы не приносят доход на ежедневной основе. Путем опроса постоянных гостей и проведения анализа конкурентов, автором настоящего исследования предлагается ребрендинг данного ресторана, меняем восточную кухню на средиземноморскую, добавляем аквариумы с моллюсками. Таким образом, мы привлекаем еще один сегмент рынка потребителей (восточная кухня остается при другом ресторане, как это практикуется в данный момент), возвращаем клиентов по программе лояльности, которые редко посещают рестораны отеля.

Далее, на крыше отеля есть свободное пространство для открытия еще одного ресторана и обустройства площадки для проведения выездных регистраций. Ресторан и площадка для выездных регистраций будет носить сезонный характер, следовательно, прибыль будет увеличиваться только в теплое время года.

Т.к. в отеле нет детской игровой комнаты, в конференц-зале предлагаем проводить киносеансы для детей, тем самым мы привлекаем еще один сегмент гостей, которые в последствии станут постоянными гостями ресторана и отеля.

Все представленные изменения приведут к росту прибыли до налогообложения. Несмотря на большие коммерческие расходы на реорганизацию пространства, в ходе всех перечисленных предложений по увеличению прибыли ООО «Фудлайн», вырастет рентабельность продаж, в

следствие которой вырастет чистая прибыль предприятия, это подтверждает экономическую эффективность предлагаемых автором настоящего исследования мероприятий и целесообразность их реализации.

### **Выводы по 3 главе**

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

- недостаточно эффективное управление доходами;
- недостаточно эффективное управление себестоимостью, что проявляется в относительном ее росте;
- недостаточно эффективное использование имущества, находящегося в собственности или аренде компании.

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

- увеличение роста доходов организации;
- оптимизацию себестоимости компании;
- оптимизацию использования имущества компании.

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

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

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

В соответствии с поставленной целью были решены задачи:

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

В ходе исследования в рамках первой главы определено, что:

- методические подходы к формированию показателей прибыли основываются на трех важных этапах, таких как: анализ выполнения плана финансовых результатов, факторный анализ прибыли, оценка эффективности использования чистой прибыли;
- в российской практике наиболее часто используются две области, в которые можно направить чистую прибыль предприятия: накопление резервов организации, рост имущества; расходование средств на конкретные нужды;
- управление прибылью – это сложный процесс, требующий комплексной работы и всесторонней оценки огромного количества факторов, как прямо, так и косвенно влияющих на организацию;

Во 2 главев результате критического анализа было выявлено, что ООО «Фудлайн» коммерческая организация, которая специализируется на осуществлении организации общественного питания на территории отеля «TsarPalaceLuxaryHotel&Spa». Также компания проводит различного уровня зрелищно-развлекательные мероприятия, участвует в организации

конференций, взаимодействует с другими компаниями по роду деятельности.

Анализ основных показателей деятельности ООО «Фудлайн» показал, что выручка в 2021 году выросла на 8 880 тыс. руб, причиной стал рост объемов оказанных услуг. Наибольшую долю в выручке занимает прибыль от продаж, которая в абсолютном выражении выросла на 48,7%. Несмотря на различную динамику показателей, компания вела активную деятельность и сработала с прибылью.

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

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

2) оптимизировать себестоимость услуг организации;

3) внедрить факторинг, который позволит снизить дебиторскую задолженность и улучшить платежеспособность уже в 2022 году;

4) улучшить практику использования площадей отеля.

В результате предлагаемых мероприятий и пересчета показателей ООО «Фудлайн» получит дополнительную выручку, все представленные изменения приведут к росту прибыли до налогообложения. Разработанные предложения позволят увеличить выручку и снизить затраты, которые существенно повлияют на положительную динамику чистой прибыли ООО «Фудлайн».

## Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 (с изм. от 01.07.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/). – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=377956>. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.04.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/9027703>. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 23.11.2020 г.) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901714421>. – Заглавие с экрана. – На рус. яз.
5. Балабанов А.М. [Текст]: Основы финансового анализа. Как управлять капиталом? / А.М. Балабанов. – М.: ЮНИТИ, 2017. – 417 с.
6. Бланк И.А. [Текст]: «Управление прибылью» / И.А. Бланк. – 3-е изд., перераб. – Киев: Ника-Центр, 2019. – 768с.
7. Бердников А.А. [Текст]: Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект // Молодой ученый. –2018. –№2. –С.111-113.
8. Борисова О.В. [Текст]: Корпоративные финансы / О.В. Борисова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 519с.
9. Булатов А.С. [Текст]: Экономика предприятия / А.С. Булатов. – М.: Альпина Бук, 2018. – 369с.
10. Бурлака Е.В. [Текст]: Анализ рентабельности деятельности



предприятия / Е.В. Бурлака // Молодой ученый. –2017. –№12. –С.243-245.

11. Верникова А.А. [Текст]: Планирование и анализ / А.А. Верникова. – М.: ИНФРА, 2017. – 445с.

12. Горбачева Л.А. [Текст]: «Анализ прибыли и рентабельности» / Л. А. Горбачева. – М.: Экономика, 2017. – 137с.

13. Горленко О.А. [Текст]: Финансовые методы управления прибылью / О.А. Горленко // Международный Научный Институт «Educatio». Ежемесячный научный журнал, 2014. – № 5. – С. 77-82.

14. Григорьева Т.И. [Текст]: Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник. 3-е изд., пер. и доп. /Т.И. Григорьева. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 486с.

15. Грищенко О.В. [Текст]: Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / О. В. Грищенко // Учебное пособие. – М.: Омега – Л, 2014. – 112с.

16. Донцова Л.В. [Текст]: Анализ финансовой отчетности: учебник / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2017. – 368с.

17. Ефимова О.В. [Текст]: Финансовый анализ / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2018. – 218 с.

18. Ещенко Е.С. [Текст]: Показатели прибыли и рентабельности и их влияние на финансово-хозяйственную деятельность субъектов экономики // Молодой ученый. –2018. –№9.2. –С.21-23.

19. Жилкина А.Н. [Текст]: Финансовый анализ / А.Н. Жилкина. – Люберцы: Юрайт, 2017. – 285с.

20. Загней М.К., Букина О.В. [Текст]: Методы определения доходов и расходов от реализации продукции (работ, услуг) / Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. Сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции. – 2018. – С.21-28.

21. Заров К.Г. [Текст]: Обобщенный анализ возможностей повышение

прибыли коммерческого предприятия / К.Г. Заров // Финансовый менеджмент. 2014. – № 1. – С. 3-8.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

32. Миляева Л.Г. [Текст]: Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Практикоориентированный подход: учебное

пособие / Л.Г. Миляева. –М.: КноРус, 2019. –190с.

33. Мишин Р.А., Кожанчикова Н.Ю. [Текст]: Оценка и пути повышения прибыли предприятия / Р.А. Мишин, Н.Ю. Кожанчикова // Молодой ученый. –2018. –№12.5. –С. 54-58.

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

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

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

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

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

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

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

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

42. Минаков И.А. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК [Электронный ресурс]: учебник / И. А. Минаков. –2-е

изд., стер. –Санкт-Петербург: Лань, 2020. –404 с. –[Электронный ресурс]. –  
Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/136186>. – На рус. яз.

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