



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

филиал в г.Туапсе

Кафедра «Экономики и управления»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему «Анализ формирования чистой прибыли предприятия и разработка направлений ее оптимального использования (на примере ООО «Эллада»)»

Исполнитель Корнейко Анна Александровна

Руководитель к.э.н. доцент Шутов Василий Васильевич

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой _____

доктор экономических наук, профессор

Темиров Денилбек Султангириевич

« ____ » _____ 2017 г.

Туапсе
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретические и методические основы анализа формирования и использования чистой прибыли	6
1.1 Анализ состава и динамики финансовых результатов.....	6
1.2 Методика анализа формирования и распределения чистой прибыли...	12
1.3 Особенности распределения и использования прибыли на предприятиях сферы аренды коммерческой недвижимости.....	18
Глава 2 Анализ формирования и использования чистой прибыли в «ООО Эллада».....	27
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	27
2.2 Анализ формирования чистой прибыли на исследуемом объекте	37
2.3 Исследование направлений использования чистой прибыли общества	40
Глава 3 Разработка направлений оптимального использования чистой прибыли «ООО Эллада».....	43
Заключение.....	56
Список использованной литературы.....	59

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что эффективность различных направлений деятельности организации выражается в конкретных финансовых результатах. Общим из данных результатов является прибыль, именно она обеспечивает разностороннее развитие организации.

Получение прибыли является обязательным условием функционирования коммерческого предприятия. Однако прибыль важно не только получать, но и правильно её распределять для сохранения и наращивание капитала.

Сегодня каждый собственник распределяет и использует заработанную им чистую прибыль по собственному усмотрению. Это, конечно же, правильно с точки зрения законодательства, но надо отметить, что, несмотря на повышающийся уровень компетенции собственников бизнеса в последние годы, эта прибыль не всегда направляется туда, где от ее использования будет получен максимальный эффект. В большинстве случаев вопросы обоснования решений по распределению и использованию чистой прибыли недостаточно продуманы и отрегулированы.

Способы распределения прибыли требуют постоянного совершенствования методов управления этими процессами со стороны руководителей. На актуальном этапе развития экономики руководству организаций необходимо умение оперативно реагировать на изменения рыночной ситуации, осуществлять поиск и принятие оптимальных управленческих решений, в частности в сфере управления прибылью.

Поэтому поиск резервов роста прибыли с помощью её перераспределения, равно как и повышения эффективности использования всех видов имеющихся ресурсов - одна из важнейших задач любой хозяйственной деятельности. Выявлять и использовать данные резервы на практике можно только на основе тщательного финансового экономического анализа.

Объектом исследования данной работы является ООО «Эллада».

Предметом выступает процесс формирования и использования чистой

прибыли предприятия.

Целью работы является проведение анализа формирования чистой прибыли ООО «Эллада» и разработка направлений ее оптимального использования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- изучить теоретические и методические основы анализа формирования и использования чистой прибыли;
- провести анализ формирования и использования чистой прибыли в «ООО Эллада»;
- разработать направления оптимального использования чистой прибыли исследуемого объекта.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, раскрываются цель и задачи, определяется объект и предмет исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические основы формирования и использования чистой прибыли.

Во второй главе проведен анализ формирования и использования чистой прибыли в «ООО Эллада».

В третьей главе проведена разработка рекомендаций по совершенствованию использования чистой прибыли «ООО Эллада».

В заключении помещены выводы и предложения по работе.

Практическая значимость работы. Результаты исследования могут быть использованы для развития и совершенствования механизма перераспределения чистой прибыли, а также для повышения доходности предприятия.

Теоретической и методической основой исследования послужили труды таких авторов как Бочаров В.В., Жиделева В.В., Савицкая Г.В. и др.

Информационной базой для исследования послужили данные сети Интернет, а также внутренние материалы и документы ООО «Эллада».

Общий объем работы составляет 60 страниц, включая введение, заключение и список использованной литературы. Работа содержит 4 рисунка, 10 таблиц.

Глава 1 Теоретические и методические основы анализа формирования и использования чистой прибыли

1.1 Анализ состава и динамики финансовых результатов

Для того чтобы грамотно оценить финансовые результаты деятельности компании, необходимо учитывать два важных фактора: сумму полученной прибыли и уровень рентабельности оцениваемой компании. Давайте разберемся поподробнее в этих двух факторах. Начнем с прибыли.

Прибыль – это часть чистого дохода, который получает компания после реализации продуктов или услуг, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, акции, коммерческая деятельность на финансовых и валютных биржах и т.д.). Именно после реализации продукции можно подсчитывать чистый доход, который в данной ситуации принимает форму прибыли. По сути, это разницы между чистой выручкой (той суммой, которая получена компанией после уплаты налогов и других отчислений в бюджетные и небюджетные организации) и полной себестоимостью реализованной продукции.

Получается, что чем больше рентабельной продукции сможет реализовать компании, тем выше будет полученная ей прибыль, и тем надежнее будет её финансовое состояние, и устойчивее положение в выбранной сфере деятельности [11, с. 386].

Проведение тщательного анализа финансовых результатов деятельности должно быть обусловлено следующими задачами:

- проводить систематический и постоянный контроль за выполнением планов реализации продукции или услуг и получением прибыли;
- определить те факторы, которые влияют на финансовые результаты и попытаться обратить самые негативные из них на пользу компании;
- выявить резервы увеличения суммы прибыли и рентабельности;
- оценить потенциальные возможности компании в области увеличения прибыли и рентабельности, и составить план их использования для развития и

процветания компании;

- разработать мероприятия по использованию выявленных резервов [11, с. 387].

Все эти задачи очень важно решать вовремя, иначе компания может понести убытки из-за упущенных возможностей и нежелания руководства компании решать вышеперечисленные задачи.

Давайте разберёмся, какие существуют основные источники информации для анализа финансовых результатов компании. Первый, и один из самых главных источников – бухгалтерский баланс.

Бухгалтерский баланс – это некая форма бухгалтерской отчётности, которая отражает состояние хозяйственных средств компании и их источников в денежной оценке. Бухгалтерский баланс составляется на определённую дату (скажем, спустя год с начала деятельности компании) и состоит из двух частей: актива и пассива, итоги которых должны быть равны отчёту о финансовых результатах и другим формам отчётности, данным первичного и аналитического бухгалтерского учёта. При составлении бухгалтерского баланса все эти данные расшифровывают и детализируют отдельные статьи баланса (те, которые требуют особого внимания) [2, с. 35].

Для проведения анализа используют следующие показатели прибыли. Маржинальная прибыль – это разница между доходами от реализации продукции или услуг компании и переменными затратами. В этом случае под доходами можно понимать ту выручку, которая была получена компанией в результате продаж своей компании без учёта налога на добавленную стоимость (НДС). К затратам компании можно отнести расходы на закупку материалов или сырья, покупку оборудования, заработную плату сотрудников компании, электроэнергию и т.д.

В процессе анализа используются следующие показатели прибыли:

– прибыль от реализации продукции, работ и услуг. По сути, это разница между суммой маржинальной прибыли и постоянными расходами за предоставляемый в бухгалтерском балансе отчётный период;

– балансовая (валовая) прибыль. Данный вид прибыли включает в себя финансовые результаты от реализации продукции или услуг, доходы и расходы от финансовой и инвестиционной деятельности, внереализационные доходы и расходы;

– налогооблагаемая прибыль. Это разница между балансовой прибылью и облагаемой налогом на доход суммой прибыли (по ценным бумагам, от долевого участия в совместных предприятиях), а также суммы налоговых льгот по налогу на прибыль (в соответствии с налоговым законодательством);

– чистая (нераспределенная) прибыль. Под этим термином понимается та прибыль, которая остаётся в распоряжении компании после выплаты всех налогов и обязательных отчислений (в том числе заработная плата сотрудников, расходы на закупку или создание новой продукции, ремонт старого и закупку нового оборудования);

– капитализированная (реинвестированная) прибыль - это нераспределённая прибыль, направленная на финансирование прироста активов (по сути, это накопительная часть). Обычно этот вид прибыли тратят на выплату дивидендов, заработную плату и премии, или на социальные программы [11, с. 388].

Для проведения тщательного анализа финансовых результатов того или иного предприятия просто необходимо не только изучить состав балансовой прибыли, но и тщательно промониторить её структуру, динамику и выполнение поставленного плана за отчётный период времени (как правило, он составляет один календарный год).

Существует несколько обязательных элементов анализа финансового предприятия:

– «Горизонтальный» анализ. Данный вид анализа позволяет осуществить сравнение каждой позиции с предыдущим периодом. По сути, это наблюдение динамики: уменьшились или увеличились эти позиции по сравнению с прошлым годом (предыдущим отчётным периодом);

– «Вертикальный» анализ результатов позволяет определить структуру

итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом. Он показывает, из-за чего произошли изменения платежеспособности в рассматриваемом периоде анализируемой компании [1, с. 433].

Кроме вертикального и горизонтального анализа исследовать финансовый результат и динамику показателей за ряд отчётных периодов можно при помощи трендового анализа [4, с. 54].

Трендовый анализ – это тенденция развития процесса, позволяющая прогнозировать его дальнейшее поведение (при помощи вероятностей и предварительных расчётов). По сути, это углублённая диагностика для ряда данных, выстроенная при помощи диаграмм с областями, гистограмм, графиков и точечных диаграмм [4, с.54].

На этих диаграммах и графиках создаётся линия тренда (графическое представление направления изменения ряда данных), которая представит общие тенденции (рост, снижение и стабилизацию), т.е. по сути это выявление предполагаемой тенденции на ближайший период времени. Также трендовый анализ используют для анализа ошибок предсказания. Информационной базой для выполнения такого анализа служат отчеты о прибылях и убытках [17, с. 78].

Данный вид анализа очень труден, он носит характер перспективного и требует огромного количества собранной информации. Поскольку за последние годы формы и состав показателей отчетности неоднократно менялись, то обеспечить сопоставление данных по периодам возможно только при перерасчётах на основе первичных документов. При выборе перечня факторов и методики оценки их количественного влияния на прибыль от реализации конкретный алгоритм расчетов определяется на основе изучения характера производимой продукции, объема и качества исходной информации, возможности получения дополнительных данных, а также в зависимости от требуемой точности данных [13, с. 110].

Любая прибыль означает то, что предприятие работает эффективно и выполняет поставленную перед собой программу развития. Анализ

формирования и использования прибыли проводится в несколько этапов:

- проводится анализ прибыли по составу в динамике;
- анализируется прибыль от продажи;
- изучаются причины отклонения по операционным, внереализационным доходам и расходам;
- оценивается формирование чистой прибыли и влияние налогов на прибыль [9, с. 51].

Для того чтобы проанализировать и оценить уровень и динамику показателей прибыли обычно составляют таблицу, в которой используются различные данные бухгалтерской отчетности анализируемой компании. Эта информация помогает проанализировать совокупность всех финансовых результатов деятельности этой компании [12, с. 85].

Существует следующая формула расчета рентабельности (окупаемости издержек) деятельности компании. Ее вычисляют путём отношения балансовой (Прп) или чистой прибыли (ЧП) к сумме затрат по реализованной или только что произведённой продукции (И). Ниже приведена эта формула:

$$R_3 = \frac{\text{ЧП}}{3} \quad (1.1)$$

Данная формула позволяет точно высчитать ту прибыль, которую компания получает с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию выпускаемой продукции. Такую прибыль можно высчитывать как по предприятию, так и по его филиалам, подразделениям, и видам продукции. Также она позволяет посчитать примерную окупаемость нового продукта данной компании, и выяснить: стоит ли выпускать его на рынок или поискать альтернативу, которая точно принесёт компании прибыль.

При высчитывании прибыли целесообразно не просто учитывать все реализационные моменты, но и надо просчитывать внереализационные доходы и расходы деятельности компании.

Рентабельность продаж (оборота) рассчитывается делением прибыли от

реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки (В).

Рентабельность наглядно характеризует эффективность предпринимательской деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж. Особенно широко этот показатель применяется в рыночной экономике. Рассчитать можно как предприятие в целом, так и рассчитать рентабельность отдельных видов продукции.

$$R_{об} = \frac{ЧП}{В} \quad (1.2)$$

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

$$R_{KL} = \frac{ЧП}{KL}. \quad (1.3)$$

В процессе анализа нередко проводится динамика всех вышеперечисленных показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и проводится межхозяйственные сравнения с другими предприятиями, осуществляющими идентичную деятельность (конкурентные компании) [7, с. 79].

Получается, что проведение тщательного анализа показателей рентабельности помогает оценить текущую хозяйственную деятельность, обнаружить резервы повышения её эффективности и разработать стратегический план по использованию этих резервов. Всё вышеперечисленное позволяет с уверенностью сказать, что рентабельность является обязательным элементом сравнительного анализа и оценки финансового состояния

проводящей анализ компании [14, с.27].

Анализ прибыли позволяет обосновать плановую величину прибыли, оценить полученные результаты и сравнить их с заданными в бизнес – плане. Анализ прибыли даёт возможность рассчитать влияние сторонних факторов на отклонения от запланированной, выявить явные и скрытые резервы для положительной динамики, и найти пути её эффективного использования в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Это очень увлекательное занятие, позволяющее проанализировать возможность дополнительного получения прибыли и сформировать те предложения для потенциальных покупателей, которые помогут увеличить прибыль компании.

Для того чтобы провести анализ влияния отдельных элементов изменения выручки от реализации продукции или услуг, очень важно предварительно изучить способы формирования и закрепления финансовых результатов, и обосновать тот или иной метод анализа.

В следующем пункте работы будет рассмотрена методика формирования и распределения чистой прибыли.

1.2 Методика анализа формирования и распределения чистой прибыли

Для того чтобы эффективно управлять прибылью и (что является ещё более важным) получать эту самую чистую прибыль, необходимо попытаться понять механизм её формирования, определить влияние и долю каждого влияющего на её рост или снижение фактора. А таких факторов существует немало: рост объёма производимой продукции или услуг, снижение себестоимости продукции и снижение затрат на производство, повышение качества продукции или услуг, улучшение ассортимента и разработка новых видов товаров, рост производительности труда, компетентность руководства компании и т.д. [10, с. 182].

Эти факторы можно условно подразделить на три группы: производственные, коммерческие, финансовые.

Производственные факторы напрямую связаны с объёмом производства, с его материальной и научно – технической оснащённостью, с использованием новейшего оборудования, с качеством и ассортиментом продукции.

Коммерческие факторы к ним относятся заключение хозяйственных договоров на основе пристального изучения конъюнктуры рынка, ценовое регулирование сбыта и его направление, а также организационно – экономическое обеспечение. Здесь очень важно учитывать и страховать риски (риск утраты имущества, внезапного банкротства, срыва поставок, отказа от платежей). Кроме этого, просто необходимо привлекать платежеспособных клиентов, которые смогут обеспечить предприятию высокую прибыль. Но и в привлечении клиентов и заказчиков есть трудные моменты: необходимо тратиться на рекламу своей компании и продукции, что требует немалых денег. Правда, и прибыль от таких инвестиций весьма существенна: согласно маркетинговым исследованиям, грамотно спланированная рекламная кампания может привлечь от 15 до 30% новых покупателей товаров или услуг компании [5, с. 14].

Финансовые факторы охватывают выручку от реализации продукции и услуг, предпринимательский доход от всех видов деятельности компании. К данному виду факторов относятся:

- формы расчётов по контракту;
- ценовое регулирование (уценка, снижение цен, акции);
- кредиты для развития бизнеса;
- применение штрафных санкций (к сотрудникам и неплательщикам);
- изучение и взыскание дебиторской задолженности;
- доходы от акций и ценных бумаг, от вкладов и финансовых вложений;
- привлечение денежных (финансовых) ресурсов;
- обеспечение ликвидности прочих активов.

Огромную роль здесь играет принцип «время - деньги»: от быстроты и полноты вливаемых доходов зависит эффективность компании. Именно поэтому в случае если продукция не продаётся или продаётся хуже, чем это

запланировано, стоит прибегнуть к хитростям вроде уценки, скидок, дополнительных подарков. Даже разовая или сезонная уценка поможет увеличить реализацию товаров, и компания сможет высвободить средства за счёт ускорения их оборота. Также можно сделать упор только на проверенных временем, солидных закупщиков, которые своевременно оплачивают товар – это тоже поможет компании получать быструю прибыль [8, с. 52].

Кроме вышеперечисленных, существуют и те факторы, которые не зависят от деятельности организации (внешние). К ним можно отнести:

- изменение регулируемых государством цен на реализуемую продукцию или услуги;
- уровень налогов и тарифов;
- нормы амортизируемых отчислений;
- влияние природных, географических или иных условий, оказывающих влияние на производство и реализацию продукции и т.д.

Эти факторы стоит изучить внимательно, ведь они могут оказывать существенное влияние на прибыль компании.

Объем реализации продукции также зависит от товарного выпуска и остатков готовой продукции (остатки на складе и уже отгруженные, но ещё не оплаченные товары). Если эти остатки продать надёжным клиентам, то отгруженные товары можно позиционировать как резерв для увеличения прибыли за счёт объёма реализации [3, с. 318].

Чем выше получаемая в результате производственной деятельности прибыль компании, тем больше у компании шансов заработать дополнительные средства на развитие и поощрение особо отличившихся сотрудников. Однако, тут есть и свои подводные камни – увеличение прибыли компании влечёт за собой увеличение отчислений в государственный бюджет (налоговая и другие государственные органы). Прибыль от реализации продукции характеризует абсолютную эффективность хозяйствования коммерческой организации, ее производственной, сбытовой, управленческой деятельности. Рост прибыли от реализации создает основу для расширенного воспроизводства, выполнения

обязательств организацией перед бюджетом, банками и другими кредиторами.

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) может быть рассчитана по следующей формуле:

$$P_{\text{РП}} = V - C_{\text{РП}} \quad (1.4)$$

где, V - выручка от реализации продукции без налога на добавленную стоимость, акцизов (чистый объем реализации), тыс. руб.;

$C_{\text{РП}}$ - затраты на производство реализованной продукции (работ, услуг) по полной себестоимости [6, с. 114].

Изменение прибыли от реализации продукции (работ, услуг) зависит от ряда факторов, на которые, в свою очередь, влияют объем проданной продукции и ее себестоимость:

К факторам первой группы относятся:

- изменение объема реализации продукции;
- изменение объема продукции (в оценке по плановой себестоимости);
- изменение объема продукции, обусловленной изменениями в структуре

продукции.

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции (VP), ее структуры ($U_{дi}$) себестоимости (C_i) и уровня среднереализационных цен ($Ц_i$):

$$P = \sum [VP_{\text{общ}} \times U_{дi} \times (Ц_i - C_i)] \quad (1.5)$$

Объем реализации 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 реализации происходит уменьшение

суммы прибыли.

Для руководства компании важно либо балансировать между увеличением и уменьшением объёма продаж, либо стремиться только к увеличению. При возрастании объёма реализованной продукции сумма прибыли возрастёт, и наоборот, при увеличении низкорентабельной продукции общая сумма прибыли уменьшится. Также важно помнить, что себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли и наоборот [9, с. 120].

Изменение уровня среднереализационных цен и величина прибыли находятся в прямо пропорциональной зависимости: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот [11, с. 393].

Факторы второй группы включают в себя:

- экономию от снижения себестоимости продукции;
- экономию от снижения себестоимости за счет структурных сдвигов;
- изменение издержек из-за динамики цен на материалы и тарифов на услуги;
- изменение цен на один рубль продукции [15, с. 160].

Увеличение или снижение объёмов выпуска и реализации продукции непосредственно влияет на динамику прибыли, и в процессе анализа очень важно дать качественную и количественную характеристику влияния данных факторов, а также рассмотреть последствия этого влияния на развитие компании и получение ей прибыли.

Поскольку объёмы выпуска и реализации продукции могут быть исчислены как в натуральном (по видам продукции), так и денежном выражении (сводные показатели), и на изменение этих показателей оказывают влияние (причем, неоднозначное) достаточно большое количество факторов, в процессе анализа необходимо детально рассмотреть и оценить влияние каждого фактора. Если сравнить сумму прибыли плановую ($P_{\text{план}}$) и условную, исчисленную исходя из фактического объёма и ассортимента продукции, но

при плановых ценах и плановой себестоимости продукции ($\Pi_{\text{условн}}$), узнаем, насколько она изменилась за счет объема и структуры реализованной продукции:

$$\Delta\Pi_{(VPP.Ud)} = \Pi_{\text{условн}} - \Pi_{\text{план}} \quad (1.6)$$

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо плановую прибыль умножить на процент перевыполнения (недовыполнения) плана по реализации продукции в оценке по плановой себестоимости или в натурально-условном исчислении. Перевыполнение плана:

$$\text{План}_{\text{вып}} = \left(\frac{VPP_{\text{факт}}}{VPP_{\text{план}}} \times 100 - 100 \right) : 100 \quad (1.7)$$

$$\Delta\Pi_{VPP} = \frac{\Pi_{\text{план}} \times \text{План}_{\text{вып}}}{100} \quad (1.8)$$

Затем можно определить влияние структурного фактора (из первого результата нужно вычесть второй):

$$\Delta\Pi_{Ud} = \Delta\Pi_{(VPP.Ud)} - \Delta\Pi_{VPP} \quad (1.9)$$

Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливается сравнением фактической суммы затрат с плановой, пересчитанной на фактический объем продаж:

$$\Delta\Pi_C = C_{\text{условн}} - C_{\text{факт}} \quad (1.10)$$

Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию определяется сопоставлением фактической выручки с условной, которую бы предприятие получило за фактический объем реализации продукции при

плановых ценах [11, с.395]:

$$\Delta P_{ц} = C_{\text{факт}} - C_{\text{условн}} \quad (1.11)$$

Также расчет можно провести способом цепной постановки, последовательно заменяя плановую величину каждого факторного показателя фактической.

По результатам данной формы анализа можно оценить качество прибыли и оценить: высокое оно или низкое. Если увеличение прибыли обусловлено ростом объёма продаж и снижением себестоимости продукции – это высокое качество прибыли. Если же цены на продукцию выросли, но при этом не произошло увеличение объёма продаж и снижения затрат – это низкое качество прибыли. Любой руководитель должен стремиться к высокому качеству прибыли.

Зачастую именно от качества продукции зависит установленная на неё цена: чем выше качество, тем выше цена. Качественные вещи стоят дорого, но, как говорят в народе «мы недостаточно богаты, чтобы покупать дешёвые вещи». Это поговорка означает, что дорогие вещи чаще оказываются качественными, реже ломаются и служат намного дольше, чем те же самые вещи, произведённые на дешёвом оборудовании из некачественных материалов, продающиеся в три раза дешевле.

В следующем пункте работы будут рассмотрены особенности распределения и использования прибыли на предприятиях, работающих в сфере аренды коммерческой недвижимости.

1.3 Особенности распределения и использования прибыли на предприятиях сферы аренды коммерческой недвижимости

В 21 веке одной из самых перспективных отраслей развития бизнеса является аренда коммерческой недвижимости. Ежедневно во всём мире

регистрируется огромное количество разнообразных компаний, и почти каждая из этих компаний активно ищет отличное помещение для того, чтобы именно в нём реализовывать свою деятельность. Кто-то мечтает открыть салон красоты, кто-то ищет помещение под букмекерскую контору, кто-то мечтает открыть магазин сувениров ручной работы. Всех этих бизнесменов объединяет одно – первоначальная задача в их бизнес – плане – аренда коммерческого помещения для открытия собственного бизнеса.

Неважно, большое или маленькое будет помещение, важно то, что данная сфера деятельности – аренда коммерческих помещений более чем востребована в современном обществе.

Коммерческим можно назвать любое помещение, которое используется для заработка денег тем, кто его арендовал. Розничная торговля, производственный цех, ювелирная мастерская или ателье по пошиву норковых шуб – отличительная черта коммерческих помещений от жилых в том, что в коммерческих помещениях люди зарабатывают деньги на том, что они умеют делать в совершенстве. Поэтому коммерческим помещением можно назвать как небольшой магазинчик, открытый на первом этаже жилого дома, так и тренинговый центр, открытый на втором этаже элитного нежилого центра.

В наше время можно выделить две категории помещений: крупные коммерсанты и глобальные бизнес – проекты, и огромными изначальными капиталовложениями. Такие компании нацелены на долгосрочную аренду коммерческих помещений и расширение своего бизнеса, у них есть грамотный план развития своих компаний и даже открытие филиалов в городе или по стране в целом. Такие компании в основном заинтересованы в покупке коммерческой недвижимости, и полной переделке помещения. Вторая категория – небольшие компании, заинтересованные в получении прибыли в самые кратчайшие сроки, не заинтересованные в длительной аренде. Они не заинтересованы в широкой рекламе, привлечении новых покупателей, им достаточно тех клиентов, которые у них уже имеются. Именно на данную категорию предпринимателей и нацелен бизнес по аренде коммерческой

недвижимости. Так, некоторые строительные компании строят небольшие торговые центры, и потом сдают в аренду небольшие коммерческие помещения, оформленные в деловом стиле и без излишних заморочек. Такие постройки рассчитаны именно на краткосрочный период, на появление новых участников, заинтересованных в аренде коммерческой недвижимости. Особенно часто к аренде коммерческих помещений прибегают те покупатели, которые не уверены в успехе своего бизнеса и корректности составленного бизнес – плана. Им проще взять здание в аренду, а не покупать его. И только в случае успешного ведения бизнеса они переметнутся в первую категорию – категорию крупных бизнесменов, имеющих собственное, купленное, а не арендованное, помещение. Поскольку недвижимость не относится к ликвидным активам, то в случае смены профиля деятельности или ликвидации компании, проще съехать из арендованного помещения, чем продавать приобретённое в собственность.

Рынок коммерческой недвижимости имеет свои особенности, и первое, что привлекает потенциального участника данного рынка – это стабильный уровень спроса на оказание услуг по аренде помещений, возможность постоянно получать прибыль со сданных в аренду помещений и относительно небольшая (особенно в небольших городках) конкуренция.

Потенциальные арендаторы коммерческих помещений ценят эту услугу за то, что им не придётся тратить деньги на ремонт и переоборудование помещения – можно сразу завозить оборудование и товар, вешать на двери табличку с названием фирмы и начинать зарабатывать деньги.

Существуют и некоторые достаточно крупные компании, которые не хотят тратить лишние деньги и предпочитают снять офис на какое-то время. Так, обучение сотрудников «Ренессанс- банка», «Мегафона» и прочих подобных компаний происходит в арендованных помещениях – их площадь не особенно высока, но может вместить чётко рассчитанное количество будущих сотрудников компаний. В любой момент эти крупные компании могут арендовать помещение в центре города, или другом многолюдном районе

города, где высока проходимость потенциальных клиентов (например, в центре города или около различных заводов).

Кроме того, для большинства только что появившихся на свет компаний, покупка коммерческой недвижимости весьма затратна. Если же человек открыл бизнес, не будучи твердо уверенным в том, чем именно он хочет заниматься, то ему проще арендовать помещение, и только в будущем, когда возникнет твердая уверенность в том, что данная сфера деятельности это именно то, чем он хочет заниматься, он может задуматься о покупке коммерческого помещения.

Именно поэтому в сфере аренды коммерческой недвижимости большую часть прибыли приносит именно аренда помещений, плата за использование временных помещений для временной деятельности. В этом случае, к доходам данного предприятия будут относиться платежи за аренду помещений, операционные и внереализационные доходы. Есть и расходы по имуществу, сданному в аренду. Тут всё просто: изначально данная сфера деятельности требует затрат, которые со временем не просто окупаются, но и приносят весьма неплохую прибыль. Подводный камень этого бизнеса в том, что сдаваемые в аренду помещения могут требовать косметического ремонта, замены коммуникаций и офисной техники, переделки в соответствии с требованиями современного делового мира. Получается, что чистая прибыль будет высока только в том случае, если таких коммерческих помещений будет много, и прибыль от сдачи их в аренду будет превышать затраты на их ремонт и переоборудование.

Поэтому, прежде чем открыть бизнес, связанный с арендой коммерческих помещений, стоит взвесить все «за» и «против», оценить плюсы и минусы, и подсчитать чистую прибыль от сдаваемых в аренду помещений.

Очень важным моментом в деятельности тех компаний, которые занимаются сдачей в аренду помещений, является эффективное распределение чистой прибыли.

Распределение прибыли, остающейся в распоряжении предприятия,

регламентируется внутренними документами предприятия, как правило, в учетной политике. Некоторые аспекты распорядительного процесса фиксируются в уставе предприятия. В соответствии с уставом или решением распорядительного органа на предприятии создаются фонды: накопления, потребления, социальной сферы. Если же фонды не создаются, то в целях обеспечения планового расходования средств составляют сметы расходов на развитие производства, социальной нужды трудового коллектива, материальное поощрение работников и благотворительные цели.

Также, к расходам на развитие производства и финансируемым из прибыли, можно отнести расходы на следующие нужды:

- проектные;
- научно – исследовательские;
- конструкторские и технологические работы;
- разработку и освоение новой продукции и услуг;
- модернизацию оборудования;
- реконструкция действующего производства;
- расширение предприятия и строительство новых объектов;
- погашение долгосрочных кредитов банкам и выплата процентов за эти кредиты.

Кроме того, полученную прибыль можно инвестировать в любые другие сферы деятельности (не обязательно смежные, это могут быть абсолютно противоположные компании). Кроме того, на эту прибыль можно просто купить акции других компаний, вложиться в партнерство с крупными компаниями, договориться о франчайзинге и т.п. Главное, чтобы полученная в результате сдачи помещений в аренду прибыль была вложена в дальнейшее развитие компании (использована с оглядкой на перспективы).

Часть прибыли можно потратить на социальные нужды: проведение корпоративных праздников и курсов повышения квалификации сотрудникам компании, строительство культурных центров и т.д. Ещё часть прибыли можно потратить на «благотворительность»: выплата премий за отличную работу или

выполнение плана, оказание материальной помощи, оплата квартиры сотрудникам компании, оплата проезда пенсионерам, работающим в компании, оплата сотовой связи, оплата столовой для сотрудников и т.д. Всё это послужит дополнительной мотивацией для персонала, повысит их лояльность по отношению к руководству компании, и создаст положительный имидж компании – «компания, которая думает не только о прибыли, но и о сотрудниках».

Всю оставшуюся прибыль можно поделить на два вида:

- прибыль, увеличивающую стоимость имущества (участвующую в процессе накопления);
- прибыль, направленную на потребление (не увеличивающую стоимость имущества).

Если прибыль не расходуется на потребление, то она остается на предприятии как нераспределенная прибыль прошлых лет и увеличивает размер собственного капитала предприятия, увеличивает финансовую устойчивость компании, и даёт возможность остаться на плаву даже в случае экономического кризиса.

Очень важно иметь резервный капитал, созданный на случай прекращения деятельности компании, для покрытия кредиторской задолженности или в случае непредвиденных ситуаций. Данный капитал является обязательным для акционерных обществ, кооперативов, предприятий с иностранными инвестициями. Использовать или перераспределять её нельзя. Есть только одно исключение: если акции компании будут реализовываться по цене, ниже рыночной. Резервный капитал должен составлять не менее 15% от уставного капитала компании.

Наличие и увеличение резервного капитала обеспечивают готовность компании к риску, увеличение акционерской собственности, создание возможности выплаты дивидендов даже при отсутствии прибыли за текущий год, покрытие непредвиденных расходов и убытков без риска потери финансовой устойчивости.

Резервный фонд акционерного общества предназначен для покрытия его убытков, а так же для погашения облигаций общества и выкупа акций общества в случае отсутствия иных средств, и не может быть использован в других целях. Решение об использовании средств резервного фонда определяется решением общего собрания акционеров общества. Другие фонды на предприятии могут создаваться по решению общего собрания акционеров, не противоречащие действующему законодательству Российской Федерации.

Эффективность функционирования предприятия зависит не только от размера получаемой прибыли, но и от характера ее распределения. Порядок ее распределения состоит в том, что одна часть прибыли в виде налогов и сборов поступает в бюджет государства и используется на нужды общества, а вторая часть остается в распоряжении предприятия и используется на выплату дивидендов акционерам предприятия, на расширение производства, создание резервных фондов и т.д.

Однако если государство облагает предприятие очень высокими налогами, то это не стимулирует развитие производства, в связи, с чем сокращается объем выпуска и реализации продукции, и как результат поступления средств в бюджет. То же может произойти, если всю сумму прибыли использовать на выплату дивидендов акционерам предприятия. В этом случае в перспективе уменьшится производство продукции, так как не будут обновляться основные производственные фонды, сократиться собственный оборотный капитал, что в конечном итоге может стать причиной банкротства предприятия. Если же уменьшается доля дивидендных выплат в использовании прибыли, то это в свою очередь приведет к снижению инвестиционной привлекательности предприятия. Поэтому на каждом предприятии должен быть найден оптимальный вариант распределения прибыли. Большую роль в этом должен сыграть анализ хозяйственной деятельности предприятия.

Чистая прибыль используется в соответствии с Уставом предприятия. За счет ее осуществляется инвестирование производственного развития,

выплачиваются дивиденды акционерам предприятия, создаются резервные фонды. При распределении чистой прибыли необходимо добиваться оптимизации пропорций между капитализируемой ее суммой с целью обеспечения:

1. Необходимого объема инвестиций для производственного развития;
2. Необходимой нормы доходности на инвестированный капитал собственникам предприятия.

Факторы, влияющие на пропорции распределения прибыли, делятся на внешние и внутренние.

К числу внешних факторов относятся:

- правовые ограничения (ставки налогов на прибыль, процентные отчисления в резервные фонды и др.);
- система налоговых льгот при реинвестировании прибыли;
- рыночная норма прибыли на инвестируемый капитал, рост которой сопровождается тенденцией повышения доли капитализированной части прибыли, и наоборот, ее снижение обуславливает увеличение доли потребляемой прибыли;
- стоимость внешних источников формирования инвестиционных ресурсов (при высоком ее уровне выгоднее использовать прибыль, и наоборот).

К числу внутренних факторов, оказывающих влияние на пропорции в распределении прибыли, можно отнести следующие:

- уровень рентабельности предприятия, при низком значении и соответственно небольшой сумме распределяемой прибыли большая ее часть идет на создание обязательных фондов и резервов, на выплату дивидендов по привилегированным акциям и т.д.;
- наличие в портфеле предприятия высокодоходных инвестиционных проектов, способных обеспечить акционерам высокие доходы в перспективе;
- необходимость ускоренного завершения начатых инвестиционных проектов; уровень коэффициента финансового левериджа (соотношение заемного и собственного капитала), который является одним из индикаторов

финансового риска и факторов, способствующих увеличению собственного капитала при низкой цене заемных ресурсов. В зависимости от сложившегося соотношения между доходностью бизнеса и ценой заемных ресурсов предприятие может регулировать его уровень, увеличивая или уменьшая долю капитализированной прибыли;

- наличие альтернативных внутренних источников формирования инвестиционных ресурсов (амортизационного фонда, выручки от реализации основных средств и финансовых активов);

- текущая платежеспособность предприятия, при низком уровне которой предприятие должно сокращать потребляемую часть прибыли.

Глава 2 Анализ формирования и использования чистой прибыли в «ООО Эллада»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Фирма ООО «Эллада» (Т/Ц «Эврика») зарегистрирована 28 мая 1997 года. Регистратор – Инспекция МНС России по г. Сочи территориальный участок 2317 по Адлерскому району.

Организационно-правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью.

Основной целью деятельности Общества является осуществление торгово-хозяйственной и иной деятельности, направленной на получение прибыли и ее распределение между Участниками в соответствии с действующим законодательством и Уставом Общества.

Предметами деятельности Общества является:

– оптовая и розничная торговля продукцией производственно-технического назначения, товарами народного потребления, товарами культурно-бытового назначения, производит торговлю со склада, выездную торговлю, комиссионную торговлю;

– организация и создание фирменных магазинов, киосков, торговых точек, ресторанов;

– производство и реализация продукции общественного питания;

– производство купли-продажи недвижимости, выкуп свободных производственных площадей, мощностей, оборудования для производства продукции, помещений под магазины и склады;

– аренда и сдача в аренду производственных, нежилых и жилых помещений, оборудования и транспорта;

– торгово-закупочная деятельность, закупка и прием на комиссию у предприятий, организаций и граждан товаров и продукции и производит их реализацию;

– посредническая деятельность, организация и проведение выставки-

продажи, аукционы, ярмарки;

- транспортные и экспедиторские услуги;
- производство и реализация сувениров и товаров кустарно-художественных промыслов;
- сборка и переработка вторичного сырья и отходов производства;
- строительство жилых и производственных помещений, строительство собственных магазинов;
- внешнеэкономическая деятельность, импорт, экспорт товаров, продукции и услуг. иные виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законодательством РФ.

Основной вид деятельности Общества - сдача в аренду нежилых помещений и оборудования.

Торговый Центр «Эврика», принадлежащий ООО «Эллада» является разнопрофильным центром непродовольственных товаров, производственная площадь которого сдана в аренду частным предпринимателям без образования юридического лица (12 лицам).

Целями деятельности ООО «Эллада» являются:

- наиболее полное и качественное удовлетворение потребностей предприятий, организаций, граждан в услугах реализуемых обществом;
- привлечение и эффективное использование материальных и финансовых ресурсов, передовых технологий, управленческого учета с целью получения прибыли.

Торговый центр осуществляет продажу товаров в торговом зале, при которой все основные ее операции осуществляются при участии продавца-консультанта индивидуального предпринимателя. Пришедшие в магазины покупатели наблюдают приветливое отношение со стороны руководства ООО «Эллада», индивидуальных предпринимателей и торгового персонала, опрятный внешний вид торгового центра, так как все это непосредственно влияет на культуру торгового обслуживания. Администратор торгового центра, а также индивидуальный предприниматель совместно с продавцом выявляет

намерения покупателей о необходимом товаре, при этом, последние, предлагают сопутствующий товар, при необходимости дают характеристику товара, подчеркивают достоинства, объясняют способ установления и т.д. все это делается для того, чтобы выполнить желание покупателей с прибылью для него и для торгового центра.

Завершается продажа товаров расчетом с покупателями и выдачей им покупок.

Основные технологические показатели, характеризующие эффективность продаж в торговом центре «Эврика», представлены в табл. 2.1.

Таблица 2.1

Информация о технологических показателях ООО «Эллада»¹

Технологические показатели	2014 г.	2015 г.
1. Площадь торгового центра, кв.м.		
Общая площадь торгового центра	198	198
В том числе:		
Торговая	172	172
Неторговая	26	26
2. Количество товарных единиц, размещаемых на 1 кв.м. выставочной площади торгового центра	960	966

Из табл. 2.1 можно сделать следующие выводы: в 2015 г. торговый центр стал рациональней использовать площадь магазина, т.е. увеличил количество единиц, размещаемых на выставочной площади торгового центра, что положительно повлияло на уровень торгового обслуживания.

Наряду с выбором эффективных методов продажи товаров в торговом центре, важную роль в повышении уровня торгового обслуживания покупателей играет предоставление им различных дополнительных услуг.

Магазины предоставляют широкий комплекс дополнительных услуг. С точки зрения взаимосвязи с процессом продажи товаров все дополнительные услуги, оказываемые покупателям в Центре, могут быть подразделены на три основных группы:

¹ Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

1. Услуги, оказываемые покупателям в процессе осуществления ими покупок товаров. Эти услуги направлены на создание покупателям возможности более эффективно осуществлять процесс выбора, отбора и расчета за товары;

2. К таким услугам, оказываемым в торговом центре, относятся прием предварительных заказов на товары, имеющиеся или временно отсутствующие в продаже, т.е. покупатель может сделать заказ либо по телефону, либо непосредственно в магазине на необходимый ему товар в нужное для него время, день и час. Это очень удобно для покупателей, т.к. приобретается всегда качественный товар, удовлетворяющий их вкус и причем, в нужном ассортименте и количестве. Эта услуга была введена для того, чтобы максимально приблизить покупателя к товару и торговому центру, а также, чтобы всегда покупательский спрос был удовлетворен;

3. В процессе продажи товаров организуются консультации специалистов, которые рассказывают покупателям о полезности, незаменимости, удобства, экономичности товаров. Обычно, такие консультации проводятся в торговом центре при продаже новых товаров, поступивших в Центр, о чем администрация информирует покупателей. Эта услуга побуждает покупателей сделать покупку, стимулирует сбыт, а также удовлетворяет спрос покупателей.

В ООО «Эллада» введена линейная структура управления, то есть нижестоящие звенья полностью подчиняются одному вышестоящему руководителю. Такая схема предельно - эффективна, но требует от руководителя высокого профессионализма.

Чтобы избежать негативных последствий и излишней концентрации права принятия решений, приходится делегировать значительную часть полномочий по принятию решений нижестоящим подразделениям, но руководитель имеет право контроля и оценки качества принимаемых низшим звеном управленческих решений.

С точки зрения норм управляемости данная система соответствует

методологическим требованиям.

К достоинствам данной структуры можно отнести простоту и четкость подчинения, полную ответственность руководителя за результаты деятельности подчиненного, оперативность принятия решений, экономичность. Преимущества линейной структуры объясняются простотой применения. Все обязанности и полномочия здесь четко распределены, и поэтому создают условия для оперативного процесса принятия решений, для поддержания необходимой дисциплины в коллективе.

Анализ эффективности организационной структуры Общества позволяет сделать вывод о том, что структура управления построена с учетом особенностей направлений деятельности Общества.

Данная схема отлажена и поступательно работает, обеспечивая прибыль (рис. 2.1).

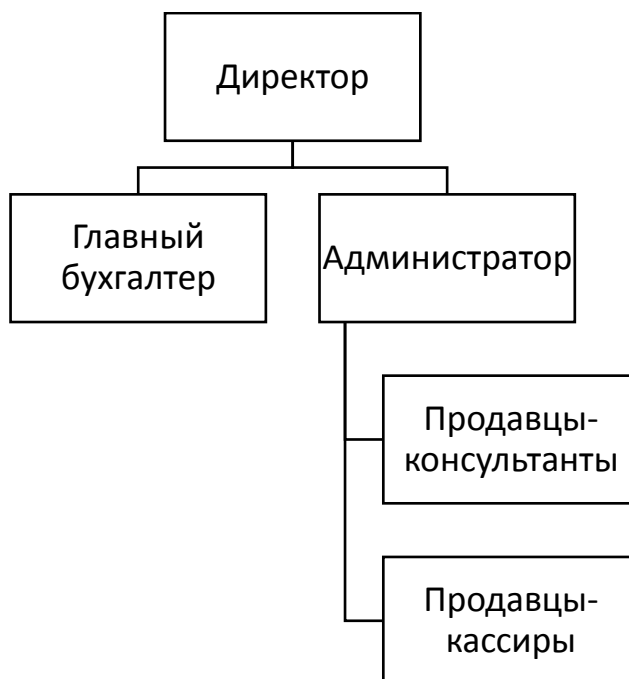


Рис. 2.1. Организационная структура управления ООО «Эллада»²

Единоличным исполнительным органом Общества является директор, который назначается общим собранием участников Общества на срок пять лет.

В обязанности директора, как руководителя, входят:

² Рисунок построен автором, по данным полученным в процессе исследования

- создание необходимых условий для эффективной работы Общества;
- подбор и отбор персонала, руководство кадровой политикой в Обществе;
- общее руководство работой Общества;
- представительские функции при деловых встречах и решении организационных вопросах, связь с общественностью.

Главный бухгалтер отвечает за финансовые операции, проводимые в Обществе, а также осуществляет организацию бухгалтерского учета хозяйственно-финансовой деятельности предприятия и контроль над экономным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сохранностью собственности предприятия.

Администратор осуществляет контроль за соблюдением индивидуальными предпринимателями торгового центра:

- надлежащего качества и культуры обслуживания покупателей при оказании услуг торговли;
- правил продажи товаров и санитарно-гигиенических требований;
- правил охраны труда и техники безопасности, противопожарной безопасности.

Продавец-консультант. Каждый продавец консультант, являясь специалистом ООО «Эллада», должен в своей работе руководствоваться, прежде всего, своей должностной инструкцией, где прописаны функциональные обязанности продавца консультанта, его прямые обязанности и права.

Продавец-кассир выполняет следующие должностные обязанности:

1. Обслуживает клиентов на кассе и ведет кассовые документы;
2. Обеспечивает сохранность денежных средств;
3. После закрытия магазина для клиентов сверяет наличные в кассе, в случае ошибки выявляет и устраняет ее; заполняет книгу кассира-операциониста;
4. Контролирует запасы кассовой ленты для ККМ, приходных и

расходных ордеров, шпагата, пломб и сопроводительных ведомостей для инкассации;

5. Следит за наличием достаточного количества товара в торговом зале и при необходимости пополняет его;

6. Помогает покупателям при выборе товара, дает консультации покупателям по ассортименту товаров, предлагаемых к продаже в магазине, по потребительским свойствам и особенностям товаров;

7. Принимает участие в стимулировании продаж определенных видов товара, в рекламных акциях магазина: обращает внимание покупателей на заданный товар путем размещения его на самых просматриваемых местах, путем дополнительных консультаций покупателей по особенностям и преимуществам данного товара и иным способом;

8. Следит за наличием ценников на товар, их верным размещением и правильным указанием всей информации в ценнике (наименование товара, цена, вес и т.д.). Продавец наклеивает ценники, подготовленные и переданные ему товароведом или директором: после приемки и расстановки товара; после обновления цен; в случае обнаружения несоответствия ценника требованиям правил торговли; в других случаях по указанию директора или товароведа;

9. Участвует в инвентаризации;

10. Разрешает спорные вопросы с покупателями в отсутствие представителей администрации;

11. Участвует в проводимых для продавцов занятиях (обучении) по повышению уровня знаний по свойствам и особенностям продукции, мерчендайзингу товаров, работе на кассе и другим знаниям и навыкам, необходимых в работе;

12. Участвует в проводимых в магазине собраниях коллектива;

13. Информировывает директора магазина обо всех внештатных ситуациях в своей работе.

Как уже было отмечено, организационная структура компании по виду относится к линейной структуре. Линейная организационная структура – это

простейшая форма организации управления иерархического типа, характеризующаяся тем, что во главе каждого звена или подразделения (филиала, отдела, цеха) стоит единоличный руководитель, наделенный всем объемом полномочий и власти. Распоряжения в этом случае передаются сверху вниз, последовательно, по цепочке, от уровня к уровню.

К линейным подразделениям ООО «Эллада» относятся: отдел по работе с клиентами и бухгалтерия.

Проанализируем эффективность структуры управления ООО «Эллада» по следующим критериям:

1. Степень надежности (работоспособности) организационной структуры управления, характеризуется:

– степенью рациональности структуризации целостной системы на элемент на основании группировки задач для определения видов работ, группировки видов работ и распределении управленческих функций, что обеспечивается соблюдением принципов актуализации и сосредоточения функций;

– степенью рациональности структуры отношений между элементами, которая обеспечивается соблюдением принципа совместимости как условия их взаимосвязи и взаимодействия;

2. Степень использования рыночных возможностей, характеризующаяся способностью хозяйственной системы через свои организационные структуры вырабатывать комплекс целей и задач функционирования и развития организации;

3. Степень использования внутренних возможностей, характеризующаяся способностью организационных структур управления достичь поставленных целей при минимальных и необходимых затратах, что и обеспечивает механизм управления.

Эффективность организационной структуры зависит от соответствия ее системе целей предприятия, принятым стратегиям и механизму распределения минимальных, но необходимых ресурсов.

В этом смысле анализ оргструктуры управления носит перспективный характер и является важнейшим информационно-образующим аспектом системы в целом.

Показатели эффективности торговой организации ООО «Эллада» представлены в динамике по следующим отчетным периодам: 2013г., 2014г., 2015г. в табл. 2.2.

Выручка в 2015 г. составила 153 584 тыс. руб., что на 26 205 тыс. руб. или 21% больше, чем в 2013 г. Но как видно из табл. 2.2 данный рост выручки имеет тенденцию к увеличению, так как выручка 2014г. была меньше, чем выручка 2015г., увеличение выручки произошло на 1 254 тыс.руб. почти на 1%.

Себестоимость увеличилась со значения 103 928 тыс.руб. до значения 124 482 тыс.руб. в 2014 году, и еще немного увеличилась в 2015г.. По сравнению с 2013г. себестоимость в 2015г. увеличилась на 21 160 тыс.руб. или на 20% до значения в 125 088 тыс.руб. по сравнению с 2013г. Видно, что себестоимость растет медленнее, чем выручка, что является положительным фактором.

Таблица 2.2

**Экономическая эффективность торговой организации ООО
«Эллада» 2014-2015 гг.³**

№	Показатели	Единицы измерения	Отчетный период			Изменение 2015-2013 гг	
			2013	2014	2015	тыс.руб	%, (+,-)
1	Выручка	тыс. руб.	127 379	152 330	153 584	26 205	21
2	Себестоимость продаж	тыс. руб.	103 928	124 482	125 088	21 160	20
3	Валовая прибыль	тыс. руб.	23 451	27 848	28 496	5 045	22
4	Коммерческие расходы	тыс. руб.	22 753	27 178	27 508	4 755	21
5	Прибыль от продаж	тыс. руб.	698	670	988	290	42
6	Прочие доходы	тыс. руб.	0	0	198	198	100

³ Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

Продолжение таблицы 2.2

7	Прочие расходы	тыс. руб.	53	99	114	61	115
8	Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	645	571	1 072	427	66
9	Налог на прибыль	тыс. руб.	142	150	165	23	16
10	Чистая прибыль	тыс. руб.	503	421	907	404	80

Общие издержки обращения (себестоимость плюс коммерческие расходы) в 2015 году составили 152 596 тыс. руб., что на 25 915 тыс. руб. (20%) больше, чем в 2013 году, а также на 936 тыс.руб. (1%) больше, чем в 2013г. Таким образом, можно сделать вывод, что так же как и себестоимость от продаж наблюдается рост показателей в течение анализируемых периодов, и с учетом сумм коммерческих расходов, общая сумма издержек также увеличилась.

На рис. 2.2 наглядно представлена динамика основных показателей финансовых результатов ООО «Эллада».

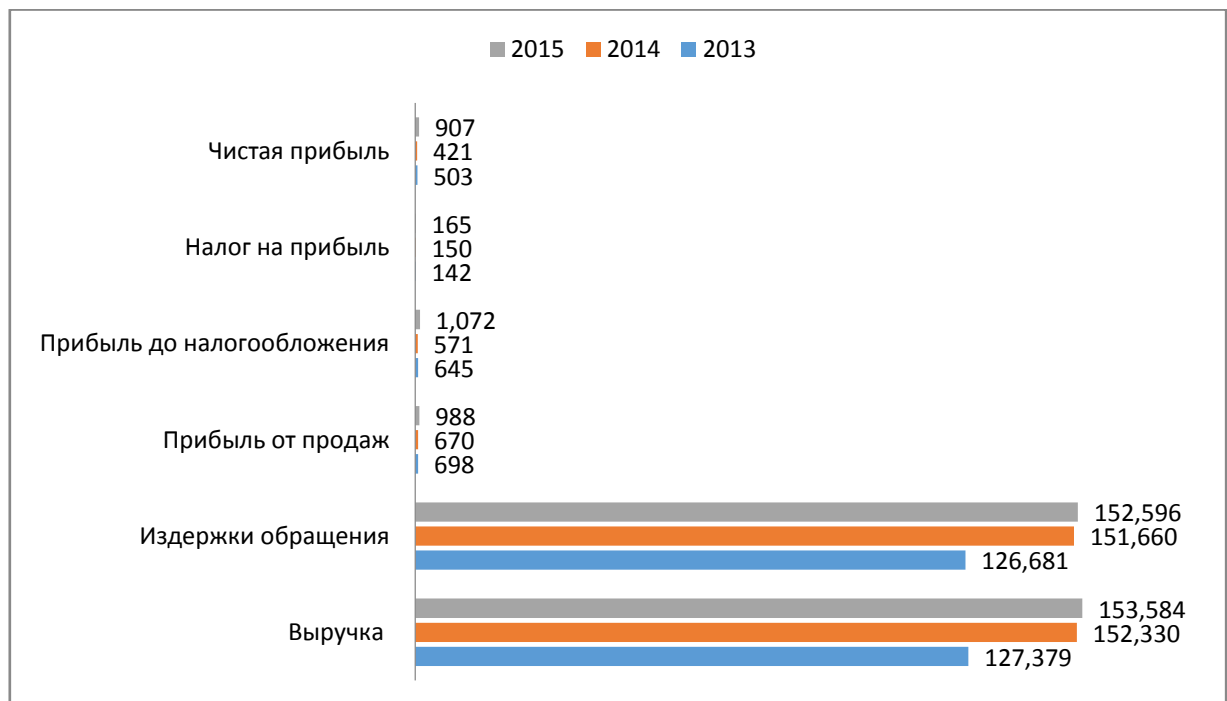


Рис. 2.2. Динамика основных финансовых результатов за 2013г, 2014г, 2015г., тыс. руб.⁴

⁴ Рисунок построен автором, по данным полученным в процессе исследования

В 2015г. у организации появились прочие доходы по сравнению с предыдущими 2014 и 2013 гг. Сумма данных доходов составила 198 тыс. руб.

Но в то же время произошло увеличение прочих расходов с 53 тыс. руб. в 2013г., минуя 99 тыс. руб. в 2014г., до суммы 114 тыс. руб. в 2015 году.

Прибыль до налогообложения в 2015 г. составила 1 072 тыс. руб., что на 427 тыс. руб. или 66% больше, чем в 2013 г. После уплаты налогов чистая прибыль в 2015г. составила 907 тыс. руб., т.е. увеличилась на 404 тыс. руб. или 80%. Это произошло из-за верно выбранной политики руководства производственным процессом, что привело к большему увеличению выручки, по сравнению с меньшим ростом затрат в 2015 году.

По данным рис. 2.2 видно, что финансовые результаты в 2015г. ООО «Эллада» улучшились.

По результатам оценки эффективности коммерческой деятельности ООО «Эллада» можно сделать вывод, что организация в течение анализируемых периодов получает положительные финансовые результаты за счет эффективного использования имеющихся ресурсов.

2.2 Анализ формирования чистой прибыли на исследуемом объекте

Для оценки механизма формирования чистой прибыли на исследуемом объекте рассмотрим состав балансовой прибыли, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год в ООО «Эллада» и отразим это в табл. 2.2. Используем данные бухгалтерской отчетности ООО «Эллада» из отчета о финансовых результатах, а также показатели, отраженные в финансовом плане ООО «Эллада» на 2015г.

Таким образом, видно из табл. 2.3, что структура образования общей суммы прибыли и ее использования достаточно отличаются в 2015 году от 2014г. Но в то же время структура плановых показателей 2015г. достаточно схожа с плановыми показателями структуры 2015г. это говорит о том, что запланированная политика в 2015г. была соблюдена.

Таблица 2.3

**Анализ состава, динамики и выполнения плана прибыли ООО «Эллада»
за 2015г.⁵**

Показатели	2015г.			
	план		факт	
	сумма, тыс.руб.	Доля,%	сумма, тыс.руб.	Доля,%
Прибыль от продаж	1470	91	988	92
Прочие доходы	150	9	198	18
Прочие расходы	0	0	114	11
Общая сумма прибыли (Прибыль до налогообложения)	1620	100	1072	100
Налог на прибыль	120	7	165	15
Чистая (нераспределенная) прибыль	1500	93	907	85

Анализ динамики показал, что в 2015г. произошло увеличение показателя прибыль от продаж по сравнению с 2014г. в 2015г. появились прочие доходы, которых в 2014г. не было, при этом прочие расходы немного увеличились в 2015г. Общая сумма прибыли увеличилась на 85%.

Анализ выполнения плана показал, что структура плановых и фактических показателей 2015г. сохранилась, а абсолютные фактические величины увеличились по всем статьям.

Экономический эффект деятельности хозяйствующего субъекта выражается абсолютным показателем прибыли.

Экономическая эффективность работы организации характеризуется относительными показателями - система показателей рентабельности, или

⁵Таблица построена автором, по данным полученным в процессе исследования

прибыльности (доходности), организации.

Анализ рентабельности ООО «Эллада» за 2013-2015гг. Сведем результаты расчетов в табл. 2.4.

Таблица 2.4

Анализ показателей рентабельности ООО «Эллада», %⁶

Наименование показателя	Отчетный период			Абсолютное изменение		
	2013	2014	2015	2014г-2013г	2015г-2014г	2015г-2013г.
Рентабельность производственной деятельности (окупаемость издержек)	0,48	0,34	0,73	-0,15	0,39	0,24
Рентабельность продаж	0,39	0,28	0,59	-0,12	0,31	0,20
Рентабельность собственного капитала	19,05	13,75	26,74	-5,30	12,99	7,69

Рентабельность за анализируемые периоды с 2013 г. по 2015 г. увеличилась к 2015г. В 2014г. к сожалению, рентабельность имела тенденцию к снижению.

Хоть и в 2015г. рентабельность производственной деятельности и рентабельность продаж оказались на уровне показателя чуть выше 0,2%, данное значение не является высоким показателем, а значит, ООО «Эллада» может достигнуть более высоких результатов при проведении постоянного анализа финансовых результатов, а также выявление резервов увеличения прибыли.

⁶ Таблица построена автором, по данным полученным в процессе исследования

2.3 Исследование направлений использования чистой прибыли общества

В первую очередь для исследования направлений используемой чистой прибыли ООО «Эллада» проведем факторный анализ прибыли от реализации продукции в целом.

Согласно формуле 1.3, отраженной в разделе 1.2 данной работы, проведем нижеуказанный расчет. Составим табл. 2.5 исходных данных для проведения факторного анализа прибыли от реализации продукции ООО «Эллада» в 2015г. (табл. 2.5).

При пересчете показателей на фактический объем продаж, значения объема реализации продукции плановое 22000 шт, фактическое 22100 шт. Перевыполнение плана равно 0,45%.

Таким образом, план по сумме прибыли от реализации невыполнен на 482,00 тыс.руб., или на -33%.

Таблица 2.5

Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции ООО «Эллада» в 2015г., тыс. руб.⁷

Показатель	План	План пересчитанный на факт объем продаж	Факт	Изменение план/факт	
				абс. величина	%
Выручка, тыс.руб.	137 870,00	138 496,68	153 584,00	15 714,00	11%
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	136 400,00	137 020,00	125 088,00	-11 312,00	-8%
Прибыль от реализации продукции, тыс.руб.	1 470,00	1 476,68	988,00	-482,00	-33%

Сравним сумму прибыли плановую и условную, исчисленную исходя из

⁷ Таблица построена автором, по данным полученным в процессе исследования

фактического объема и ассортимента продукции, но при плановых ценах и плановой себестоимости и узнаем изменение за счет объема и структуры реализованной продукции:

$$\Delta П_{(VPP.Ud)} = 1\,476,68 - 1\,470 = +16,68 \text{ тыс. руб.}$$

Вычислим влияние только объема продаж на прибыль:

$$\Delta П_{VPI} = \frac{1\,470 \times 0,45\%}{100} = 0,07 \text{ тыс. руб.}$$

Определим влияние структурного фактора

$$\Delta П_{Ud} = \Delta П_{(VPP.Ud)} - \Delta П_{VPI} = 16,68 - 0,07 = 16,61 \text{ тыс. руб.}$$

Определим влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли:

$$\Delta П_c = 137\,020 - 125\,088 = 11\,932 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию:

$$\Delta П_{ц} = 988 - 1\,476,68 = -488,68 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, можно оценить качество прибыли. Результаты факторного анализа ООО «Эллада» за 2015 год показали, что увеличение прибыли произошло не из-за увеличения объема продаж и структуры, а из-за снижения цен на товары, что, конечно, увеличило прибыль за счет снижения себестоимости. Снижение цены позволило сократить жизненный цикл продажи товара, тем самым снизились затраты на хранение, уменьшились простои менеджеров, увеличилась оборачиваемость капитала.

Также снижение себестоимости товаров ООО «Эллада» произошло по причине смены поставщика товарной продукции. Снизилась не только цена закупки товаров, но и затраты на ее транспортировку и хранение.

Снижение себестоимости продукции является важнейшим фактором роста прибыли. В снижении себестоимости продукции наиболее полно отражается экономия материальных, трудовых и финансовых ресурсов, которыми располагает предприятие. Максимальная мобилизация резервов снижения себестоимости продукции является важным условием эффективного функционирования предприятия.

Распределение чистой прибыли ООО «Эллада» в 2015г. показано в табл. 2.6.

Таблица 2.6

Распределение чистой прибыли ООО «Эллада» в 2015г., тыс. руб.⁸

№	Распределение чистой прибыли	Процент распределения, %	Сумма, тыс. руб.
1	Выплата учредителям	7	63,49
2	Пополнение оборотного капитала	50	453,5
3	Модернизация основных средств	20	181,4
4	Фонд потребления	23	208,61
	Итого	100	907

На основании изученных материалов, можно сделать вывод, что чистая прибыль ООО «Эллада» распределяется неэффективно и в основном идет на формирование оборотного капитала хозяйствующего субъекта.

⁸ Таблица построена автором, по данным полученным в процессе исследования

Глава 3 Разработка направлений оптимального использования чистой прибыли «ООО Эллада»

Таким образом, по результатам анализа все факторы, оказывающие влияние на прибыль можно разделить на две большие группы: внешние и внутренние. Внутренние факторы зависят от деятельности организации, к ним относят: рост объема производимой продукции в соответствии с договорными условиями, снижение ее себестоимости, повышение качества, улучшение ассортимента, повышение эффективности использования производственных фондов, рост производительности труда, компетентность руководства.

К факторам, не зависящим от деятельности организации, относят изменение государственных регулируемых цен на реализуемую продукцию, уровень налогов и тарифов, нормы амортизационных отчислений, влияние природных, географических, транспортных, технических условий на производство и реализацию продукции, а также другие факторы.

Деятельность ООО «Эллада» необходимо постоянно анализировать и принимать определенные меры, направленные на увеличение прибыли.

В результате анализа деятельности ООО «Эллада» были выявлены недостатки в деятельности предприятия. Искать резервы увеличения прибыли необходимо постоянно в процессе хозяйственной деятельности.

Увеличивать прибыль более качественными способами: не только за счет уменьшения себестоимости, но также за счет расширения ассортимента предлагаемой продукции.

Бережливое расходование и экономия энергоресурсов также может привести к снижению себестоимости продукции. С ростом масштабов деятельности, когда увеличивается отдача от каждого процента снижения материальных затрат, их экономия приобретает все большее значение.

Также необходимо не останавливаться на достигнутом, и сотрудники ООО «Эллада» должны продолжать искать новые резервы снижения закупочных цен поставки товаров.

Чистая прибыль ООО «Эллада» остается на данный момент неэффективно распределенной. Предлагаю:

1. В соответствии с Уставом предприятия, приступить к ежегодному формированию и накоплению резервного фонда предприятия в виде отчислений в размере 5% от чистой прибыли по итогам года.

2. Часть чистой прибыли за год, а именно 30% направлять в финансовые учреждения на вклады под проценты на год. То есть сумма в размере 30% чистой прибыли в первый год будет выведена из оборота, но уже на следующий будет возвращена с процентами.

3. Часть чистой прибыли за год, а именно 5% направлять на поощрение персонала по итогам года.

4. Остальное оставлять в качестве нераспределенной прибыли на формирование оборотного капитала ООО «Эллада».

Также в дальнейшем, при выявлении в процессе анализа деятельности ООО «Эллада» более высоких финансовых результатов и показателей, можно будет попробовать часть чистой прибыли инвестировать в какие-либо проекты с более высоким процентом, чем вклады в финансовых учреждениях. Но в данном направлении, в сложившейся экономической ситуации в стране, очень велик риск потери данных средств и невозможностью либо долгосрочным выводом вложений. Произведем расчет эффективности применения некоторых мероприятий. По итогам предложенных мероприятий, чистая прибыль, полученная от результатов работы за 2015г. будет перераспределена следующим образом (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Перераспределение чистой прибыли ООО Эллада по итогам 2015г.

№	Мероприятие распределения чистой прибыли	Процент распределения	Сумма, тыс. руб.	Расчет
1	Резервный фонд	5%	45,35	$907 * 5 / 100$
2	Депозитный вклад	30%	272,1	$907 * 30 / 100$

Продолжение таблицы 3.1

3	Премирование сотрудников по итогам года	5%	45,35	$907 * 5 / 100$
4	Собственные оборотные средства	60%	544,2	$907 * 60 / 100$
	Итого	100%	907	

30% чистой прибыли за год направить в финансовое учреждение на вклады под проценты на 1 календарный год.

Чистая прибыль ООО «Эллада» за 2015г. составила 907 тыс.руб. Соответственно, 30% от чистой прибыли 272 тыс.руб. советуем вывести из общего оборота и инвестировать данные средства на 1 календарный год под проценты в финансовую организацию с минимальными рисками.

Конечно, имеющаяся сумма в инвестиционном плане не является крупной, но постараемся увеличить данную сумму.

Рассмотрим правила инвестирования, которые помогут не потерять деньги в ходе финансовых операций и минимизировать риски.

Правило 1. Диверсифицирование вкладов. Столь сложное слово обозначает простую истину – никогда не вкладывать все деньги (особенно если сумма внушительная) в одну компанию (депозит, ПАММ-счет, проект и прочее). Разделение инвестиционного портфеля на несколько частей – желательно равных – и распределение их по разным направлениям.

Почему разделение вкладов так важно? Причина проста – не все инвестиционные ниши стопроцентно надежны. Некоторые компании, в которые вкладывают деньги, могут обанкротиться.

Если положить деньги на один счет, капитал после банкротства партнера будет равен нулю. Если же счетов было несколько, потеря одного из них не будет катастрофой для общей суммы вкладов.

Правило 2. Инвестирование только свободных денег. Что это значит? Это значит, что запускать в оборот можно лишь те активы, которые не влияют на уровень жизни предприятия.

Прежде чем вкладывать средства, рекомендуется создать так называемую

«финансовую подушку безопасности»: накопить сумму, которая обеспечит жизнь предприятия в течение нескольких месяцев.

Иногда деньги до истечения определенного срока физически недоступны. При некоторых финансовых операциях по условиям сделки нельзя получить даже тело вклада, пока средства не «обернутся».

По этой причине, помимо инвестиционных денег, необходимо располагать страховочными средствами.

Правило 3. Контролирование рисков. Многократный просчет, проверка партнеров, осторожность и отсутствие спешки в финансовых делах – вот факторы, которые помогут сохранить и приумножить деньги.

Правило 4. Выведение тела вклада при первой возможности. Как только появляется первая возможность вывести тело долга, то не стоит затягивать с этим.

Правило 5. Все решения, связанные с финансами, принимать обдуманно. Никогда не принимайте сомнительные предложения и не участвуйте в проектах, напоминающих финансовые пирамиды и казино.

Опишем идеи для денежных вложений, отобранных с учетом следующих критериев:

- относительно низкие финансовые риски;
- стабильная динамика прибылей;
- возможность долгосрочного инвестирования;
- доступность способа денежных вложений.

Идея 1. Вклад в банк под проценты. Депозитные вклады - выгодное вложение денег. Вклад, он же депозит – это деньги, которые юридическое лицо размещает в банке с целью сохранить и приумножить свой капитал.

Наибольший доход приносят банковские вклады с высокой процентной ставкой. Лучшие ставки по вкладам можно получить во время сезонных или других специальных акций банков. Банковские вклады юридических лиц делятся на множество видов в зависимости от срока, дополнительных опций и валюты.

Срок размещения вклада – важный критерий в формировании процентной ставки.

Банки принимают сбережения юридических лиц на срок от 1 месяца до 5 лет. Доходность по вкладу будет максимальной, если срок депозита составляет 2-3 года.

Банки предлагают ряд дополнительных операций по вкладам:

– капитализация процентов – это ежемесячное перечисление процентов на счет вклада, чтобы следующее начисление процентов производилось от общей суммы первоначального размера вклада и начисленных процентов;

– автопродлонгация – продление договора в автоматическом режиме в случае, если вкладчик не отзывает сумму вклада по окончании его срока действия;

– пополнение и частичное снятие денег с депозитного счета предоставляет клиенту возможность распоряжаться денежными средствами, не расторгая договор с банком.

Самый выгодный вклад выбирается с учетом всех этих составляющих.

По виду используемой валюты вклады бывают: рублевыми, валютными (вклады в долларах, евро и других валютах), мультивалютными (величина вклада составляется из суммы средств в нескольких валютах).

Практически каждый российский банк предлагает валютные вклады в долларах и евро. Хранить свои сбережения можно и в английских фунтах стерлингов, и в швейцарских франках, а также в китайских юанях и японских иенах. Предложений вкладов в этих валютах немного, так как спрос на них невелик.

Процентные ставки по вкладам в иностранной валюте, в сравнении с рублевыми, ниже из-за нестабильности рубля по отношению к доллару и евро.

Проведем небольшое исследование банков в г. Сочи и сведем все в табл. 3.2 для выявления более оптимального решения.

На сегодняшний день в г. Сочи самую высокую процентную ставку в рублях имеет вклад «On-line» в банке ОАО «УРАЛСИБ» – 9,10% годовых.

Таблица 3.2

Предложения банков г. Сочи по размещению депозита⁹

%	Банк	Наименование вклада	Сумма вклада	Капитализация процентов	Автопродолжение вклада	Мультивалютный вклад	Выплаты/начисления процентов
9,00 %	ПАО Национальный Банк «Траст»	Ключевой	от 100000 руб.	нет	нет	нет	в конце срока вклада
8,60 %	ПАО «Совкомбанк»	Максимальный доход	от 30000 руб.	нет	да	нет	в конце срока вклада
8,50 %	АКБ «ТРАНССТРОЙБАНК» (АО)	Бизнес-доход	от 100000 руб.	нет	нет	да	в конце срока вклада
8,68 %	ПАО РОСБАНК	Бизнес Рациональ	от 100000 руб.	нет	да	нет	ежемесячно, в конце срока
7,90 %	ПАО «Росгосстрах Банк»	Срочный депозит	от 100000 руб.	нет	да	да	в конце срока вклада
8,05 %	ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»	Доходный год	от 100000 руб.	да	да	нет	ежемесячно, в конце срока
9,10 %	Банк УралСиб	ON-LINE	от 1000 руб.	нет	нет	да	в конце срока вклада

Опишем основные условия, предлагаемые банком:

1. Валюта: российские рубли, доллары США, евро;
2. Минимальная сумма депозита: 100 тыс. руб., 5 тыс. долларов США, евро;
3. Выплата процентов: в конце срока депозита;
4. Максимальная суммарная величина депозитов, оформленных одним юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем за один календарный день – 500 000 000 (только для депозитов в российских рублях).

Таким образом, депозитный вклад в сумме 272000 руб. на 1 календарный год вернется по истечению года в сумме 296 752 руб. Прибыль составит 24 752

⁹ Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

руб.

Так как Банк «УРАЛСИБ» находится уже давно на рынке банковских услуг, то риски при вложении средств являются минимальными.

Идея 2. Инвестиции в ценные бумаги. Один из самых традиционных способов вложения капитала также является инвестиции в ценные бумаги.

Необходимо учесть, что для получения прибылей из операций с ценными бумагами следует обладать определенной финансовой подготовкой. Либо можно нанять брокера – профессионала для работы на фондовых рынках (но, это дополнительные расходы). Промежуточный вариант – передать капитал в доверительное управление на ПАММ-счет или в Паевый Инвестиционный Фонд (ПИФ).

Стопроцентной гарантии быстрой прибыли не даёт ни один из перечисленных способов. Рынок ценных бумаг априори предполагает наличие риска, но и доходы могут быть довольно высоки.

Выбирая инвестирование в акции, необходимо помнить основные правила работы с ценными бумагами:

1. За каждым снижением курса акций следует его рост. Никогда не следует продавать акции после их сильного падения в стоимости;
2. Приобретать акции разных компаний, чтобы снизить риски;
3. Даже если акции падают в цене, это ещё не значит, что владелец несет убытки. Минусы и плюсы подсчитывают после того, как акции будут проданы;
4. Покупка ценных бумаг в кризис обычно имеет дополнительные выгоды;
5. Не надо гнаться за массовыми трендами на биржах. Если все говорят, что настало благоприятное время для приобретения/продажи тех или других ценных бумаг, обычно это значит, что пики изменения курса уже пройдены;
6. Инфляция обесценивает деньги, но не акции.

Некоторые акции позволяют получить прибыль в размере 1000% за несколько лет, хотя такие случаи встречаются относительно редко.

Инвесторы, вкладывая средства в ценные бумаги, преследуют некоторые

цели:

- надежность – вложение средств в ценные бумаги не несет риска потери капитала. Под капиталом в данном случае понимаются вложенные активы и предстоящие растраты. Безопасность активов можно достигнуть только в ущерб доходности. Наиболее безопасными считаются краткосрочные обязательства страны;

- прибыль – получение ежемесячного дохода с вложенного капитала. Не безопасными, но более доходными в отличие от государственных ценных бумаг являются акции и облигации банков, предприятий, компаний;

- рост вклада – увеличение вложенных активов благодаря росту курсовой стоимости акций и облигаций. Специалисты выделяют в этом случае специальный класс ценных бумаг. К ним относятся акции компаний быстрого роста и специализирующихся в передовых отраслях экономики. Как правило, данные компании не выплачивают дивиденды, так как направляют чистую прибыль в производство. Это способствует удорожанию капитала. Хорошим примером, в таком случае, являются ценные бумаги компаний, специализирующихся на производстве компьютеров и программного обеспечения. Современным примером передовых компаний, специализирующихся в данной области считаются фирмы, ведущие торговлю через глобальную сеть;

- ликвидность вклада – возможность быстро и без ущерба продать акции и облигации, получив взамен деньги.

Каждый инвестор, вкладывая средства в ценные бумаги, стремится найти для себя компромисс между доходностью и рискованностью вложений. Каждая подобная сделка имеет прямое отношение к риску, то есть существует вероятность потери средств, будущей прибыли.

Что касается доходности и рискованности инвестиций в акции и облигации, то они находятся в обратной зависимости. Эксперты данного рынка уверены, что чем надежнее данные активы, тем они приносят меньший доход. В противном случае, чем выше доход от вложенных средств, тем существует

больший риск инвестора.



Рис. 3.1. Виды ценных бумаг¹⁰

По степени риска эксперты выделяют несколько типов инвесторов и портфелей ценных бумаг:

- низкорискованный;
- консервативный;
- высокорискованный;
- агрессивный.

Практически все финансовые операции имеют определенный риск. Поэтому, прежде чем заключить ту либо иную сделку, эксперты рекомендуют оценить степень существующего риска и его величину (рис. 3.1).

Под степенью риска следует понимать вероятность потери и размер возможного ущерба.

Риски квалифицируются на следующие виды:

- допустимые – когда есть угроза полной потери дохода от покупки-продажи ценных бумаг;
- критические – отсутствие прибыли и выручки, при этом убытки покрываются за счет средств инвестора;
- катастрофические – потеря капитала, и возможное полное банкротство инвестора.

¹⁰ Рисунок построен автором, по данным полученным в процессе исследования

Оценка финансового риска происходит несколькими методами. Если можно каким-то способом сделать прогноз, а также оценить возможные потери по данной сделке, тогда получается количественная оценка риска, на который идет инвестор.

Если разделить абсолютную величину предполагаемых потерь на расчетный показатель прибыли либо затрат, тогда получается количественная оценка риска в процентах. Риск можно измерить величиной возможных потерь, при этом необходимо учитывать случайные потери. Определить вероятность наступления события можно субъективным либо объективным способом. Для этого рекомендуется обратиться за помощью к профессиональным экспертам инвестиционного рынка.

Таким образом, покупку ценных бумаг осуществим через выбранный банк АО «Альфа-Банк». Разделим имеющийся инвестиционный портфель в сумме 272 000 руб. на 3 части: часть вложим в государственные ценные бумаги России, часть вложим в облигации хозяйственных субъектов, оставшуюся часть – в акции российских эмитентов.

Условия, предлагаемые банком «Альфа-Банк» опишем ниже. Портфель стратегии «Наше будущее» формируется из государственных ценных бумаг (ОФЗ) Российской Федерации со сроками погашения, близкими к срокам реализации стратегии. Доходность стратегии за указанный период составила 20,10%. Портфель стратегии «Новые горизонты» формируется из облигаций российских хозяйственных обществ (таких, как ОАО «АФК «Система», ПАО «Газпром нефть»). Доходность стратегии за указанный период составила 21,70%. Портфель стратегии «Точки роста» формируется из акций российских эмитентов (таких, как ПАО «Газпром нефть», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «НЛМК», БАНК ВТБ (ПАО)). Доходность стратегии за указанный период составила 28,20%.

Указанная информация не содержит гарантий надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями; не является заявлением о возможных

выгодах, связанных с методами управления активами, в том числе с предложенными стратегиями; не является какого-либо рода офертой, не подразумевалась в качестве оферты или приглашения делать оферты, не является прогнозом событий, инвестиционным анализом или профессиональным советом, не имеет целью рекламу, размещение или публичное предложение любых ценных бумаг, продуктов или услуг.

Результаты инвестирования в прошлом не определяют и не являются гарантией доходности инвестирования в будущем. Стоимость активов может как уменьшаться, так и увеличиваться в зависимости от ситуации на финансовых рынках. При заключении договора доверительного управления клиенту следует внимательно ознакомиться с его содержанием, а также с декларацией о рисках, приложенной к этому договору.

Приведенная информация может быть изменена в любое время без предварительного уведомления.

Расчет доходности, обещаемой банком на текущую дату, сведен в табл. 3.3.

Таблица 3.3

Предполагаемый расчет дохода ООО «Эллада» по предложению размещения инвестиций в АО «Альфа-Банк», руб.¹¹

	Направление первое	Направление второе	Направление третье	Итого
Часть вкладываемых инвестиций ООО «Эллада», руб.	90 000	90 000	92000	272 000
Наименование предложения АО «Альфа-Банк»	Наше будущее	Новые горизонты	Точки роста	

¹¹ Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

Продолжение таблицы 3.3

Максимальный годовой доход на текущую дату	20,10%	21,70%	28,20%	
Состав инвестиций	100% в государственные ценные бумаги России	100% в облигации российских хозяйственных обществ	100% в акции российских эмитентов	
Доходность ценных бумаг, руб.	108090	109530	117944	335564
Возможная прибыль, руб.	18 090	19 530	25 944	63 564

Составим табл. 3.4 для сравнения дохода от депозитного вклада и инвестиций в ценные бумаги.

Таблица 3.4

Сравнение предполагаемого дохода ООО «Эллада» в зависимости от вложения средств: депозитный вклад или инвестиции в ценные бумаги, тыс. руб.¹²

№	Показатель	Единицы измерения	До мероприятия	Депозит	Инвестиции в ценные бумаги
1	Чистая прибыль	тыс. руб.	907	931,75	970,56

Для наглядности в динамике результаты представлены в виде рис. 3.2.

Таким образом, видно из рис. 3.2, что вложение в ценные бумаги будет иметь более высокую доходность, чем размещение депозитного вклада. Поэтому рекомендуем воспользоваться предложением инвестирования в ценные бумаги через АО «Альфа Банк».

¹² Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

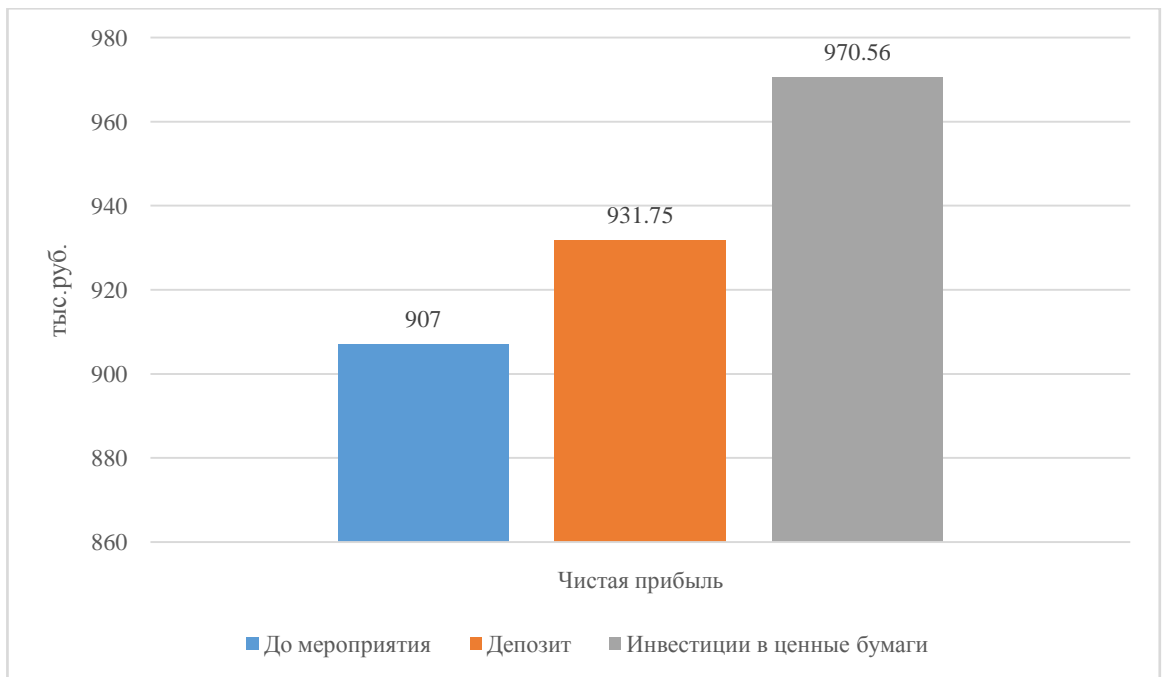


Рис. 3.2. Сравнение предполагаемого дохода ООО «Эллада» в зависимости от вложения средств, тыс. руб.¹³

¹³ Рисунок составлен автором, по данным полученным в процессе исследования

Заключение

Подводя итог работы, можно сделать следующие **выводы**:

1. Основным финансовым результатом, который характеризует эффективность деятельности предприятия является сумма полученной прибыли и уровень рентабельности;

2. Прибыль предприятия получают в основном от реализации продукции, а также от других видов деятельности. Предприятия рынка коммерческой недвижимости получают свою прибыль от сдачи в аренду основных фондов, а также от других дополнительных видов деятельности;

3. К дополнительным источникам дохода, предприятий рынка коммерческой недвижимости можно отнести эффективное распределение полученной прибыли, с целью получения дополнительного дохода.

Для того чтобы управлять прибылью, необходимо в первую очередь провести оценку финансового состояния предприятия, а также раскрыть механизм формирования прибыли, а затем определить влияние и долю каждого фактора ее роста или снижения.

В сфере рынка коммерческой недвижимости имеются свои отраслевые особенности, которые необходимо учитывать при проведении финансового анализа.

Таким образом, для понимания всех особенностей финансового анализа и механизма распределения прибыли, в практической части работы был проведен анализ деятельности Торгового Центра «Эврика», который принадлежит ООО «Эллада».

Анализ механизма формирования и использования чистой прибыли в «ООО Эллада» позволил сделать следующие **выводы**.

1. Торговый Центр «Эврика», принадлежащий ООО «Эллада», является разнопрофильным центром непродовольственных товаров, производственная площадь которого сдана в аренду частным предпринимателям без образования юридического лица (12 лицам);

2. По результатам оценки эффективности коммерческой деятельности ООО «Эллада» можно сделать вывод, что организация в течение анализируемого периода получает положительные финансовые результаты за счет эффективного использования имеющихся ресурсов. Деятельность рентабельна;

3. Анализ финансовых результатов ООО «Эллада» в динамике показал, что деятельность предприятия прибыльна, соответствует или превосходит запланированные показатели;

4. На основе бухгалтерской отчетности был проведен и факторный анализ прибыли, выявлены факторы ее увеличения. Рассмотрены пути нахождения резервов;

5. Анализ деятельности показал, что необходимо для увеличения прибыли использовать более качественные рычаги, не только снижение себестоимости, но и увеличение объемов продаж.

В ходе работы было выявлено, что чистая прибыль ООО «Эллада» не распределялась эффективно.

Поэтому по предложены следующие **рекомендации**:

1. В соответствии с Уставом предприятия, приступить к ежегодному формированию и накоплению резервного фонда предприятия в виде отчислений в размере 5% от чистой прибыли по итогам года;

2. Часть чистой прибыли за год, а именно 30% направлять в финансовые учреждения на вклады под проценты на год. То есть сумма в размере 30% чистой прибыли в первый год будет выведена из оборота, но уже на следующий будет возвращена с процентами;

3. Часть чистой прибыли за год, а именно 5% направлять на поощрение персонала по итогам года;

4. Остальное оставлять в качестве нераспределенной прибыли на формирование оборотного капитала ООО «Эллада»;

5. При выявлении более высоких финансовых результатов и показателей, можно будет попробовать часть чистой прибыли инвестировать в

какие-либо проекты с более высоким процентом, чем вклады в финансовых учреждениях;

Таким образом, благодаря эффективному распределению прибыли, получится повысить финансовые результаты ООО «Эллада».

Список использованной литературы

1. Артеменко В. Г., Беллендир М. В. Финансовый анализ. - М.: Дело-Сервис, 2012. - 152 с.
2. Атаулов Р.Р. Взаимосвязь качества продукции и финансового результата деятельности // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2013. - № 4. - С. 9-11.
3. Балашов В.Г. Технология повышения финансовых результатов предприятий и корпораций. - М.: Издательство ПРИОР, 2011. - 433 с.
4. Бочаров В.В. Финансовый анализ. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.
5. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Анализ финансовой отчетности / Пер. с англ. под. ред. к.э.н. Е. А. Дорофеева. - СПб.: Питер, 2011. – 960 с.
6. Великая Е.Г., Чурко В.В. Индикаторы оценки эффективности организации // Балтийский гуманитарный журнал. - 2014. - № 2. - С. 57-61.
7. Глазунов В.Н. Финансовый анализ в управлении доходами предприятия // Финансы. - 2014. - № 3. - С. 54-57.
8. Ендовицкий Д.А. Формирование и анализ показателей прибыли организации // Экономический анализ. - 2015. - № 11. - С. 14 -25.
9. Жиделева В.В. Экономика предприятия. – М.: Инфра-М, 2012. - 133 с.
10. Кофорова Н.М. К вопросу об обосновании решений по распределению и использованию чистой прибыли предприятия // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. - №5. – С. 242-244.
11. Мельник М.В., Герасимова Е.Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Инфра-М, 2011. – 214 с.
12. Никулина Н.Н. Организация коммерческой деятельности предприятий – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 319 с.
13. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли. – М.: Дашков и К, 2012. - 287 с.
14. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. – М.: ИТД «Дашков и Ко», 2012. – 500 с.

15. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.
16. Смирнов А.Д. Финансовый анализ деятельности фирм. - М.: Ист-Сервис, 2011. - 128 с.
17. Сосненко Л.С., Черненко А.Ф. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. - М.: КНОРУС, 2011. – 339 с.
18. Фашевский В.Н. Об анализе платежеспособности и ликвидности предприятия // Бухгалтерский учет. - 2014. - № 11. -С. 27-28.
19. Шнайдер О. В., Агуреева Т. П. Система внутреннего аудита качества и её влияние на прибыль предприятия // Карельский научный журнал. - 2014. - № 3. - С. 110-114.