



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

Кафедра «Экономики и управления»

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

На тему «Повышение эффективности функционирования системы управления финансовыми результатами деятельности коммерческой организации (на примере рекламного агентства «Правый берег»)»

Исполнитель Коблева Сарета Аскеровна

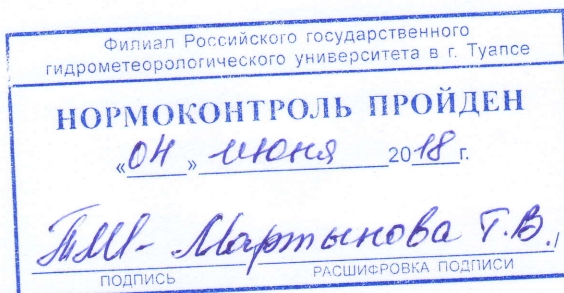
Руководитель д.э.н., профессор Темиров Денилбек Султангириевич

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой _____

доктор экономических наук, профессор

Темиров Денилбек Султангириевич

« 04 » июня 2018 г.



Туапсе

2018



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

Кафедра «Экономики и управления»

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

На тему «Повышение эффективности функционирования системы управления финансовыми результатами деятельности коммерческой организации (на примере рекламного агентства «Правый берег»)»

Исполнитель Коблева Сарета Аскеровна

Руководитель д.э.н., профессор Темиров Денилбек Султангириевич

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой _____

доктор экономических наук, профессор

Темиров Денилбек Султангириевич

«____» _____ 2018 г.

Туапсе
2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретические и методические основы управления финансовыми результатами деятельности коммерческой организации.....	6
1.1 Сущность и классификация финансовых результатов деятельности предприятия.....	6
1.2 Методы оценки эффективности формирования финансовых результатов деятельности коммерческой организации	12
1.3 Особенности формирования финансовых результатов на предприятиях малого бизнеса.....	19
Глава 2 Анализ и оценка эффективности управления финансовыми результатами деятельности рекламного агентства «Правый берег»	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого предприятия.....	23
2.2 Анализ и оценка финансовых результатов деятельности рекламного агентства «Правый берег».....	28
2.3 Анализ качества и конкурентоспособности продукции и услуг ООО «Правый берег» и их влияния на финансовые результаты деятельности....	37
Глава 3 Разработка комплекса мероприятий по повышению эффективности системы управления финансовыми результатами рекламного агентства «Правый берег».....	47
Заключение.....	63
Список использованной литературы.....	65

Введение

Анализ финансового результата (прибыли или убытка) хозяйственной деятельности предприятия является важнейшей текущей экономической характеристикой предприятия, а также оценкой его будущего потенциала. Прибыль является не только источником обеспечения внутривозможностей организации, но и приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Прибыль – важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяются доля дохода учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. По прибыли определяется также рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала и каждой акции. Характеризуя рентабельность вложений средств в активы данного предприятия и степень умелости его хозяйствования, прибыль является наилучшим мерилем финансового здоровья предприятия. Для определения эффективности работы предприятия необходимо сопоставить финансовые результаты с затратами или ресурсами, которые обеспечили эти результаты. Одним из важнейших показателей эффективности работы предприятия является рентабельность, сущность которой будет рассмотрена в работе.

Прибыль определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяются доля дохода учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов, а также рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала и каждой акции. Характеризуя рентабельность вложений средств в активы данного предприятия и степень умелости его хозяйствования, прибыль является наилучшим мерилем финансового здоровья

коммерческой организации.

С переходом экономики государства к рыночному типу хозяйства усиливается значение прибыли, поскольку организация акционерной, арендной, частной или другой формы предпринимательства, получив финансовую самостоятельность и независимость, вправе решать, на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений. Анализ прибыли, и поиск путей ее максимизации являются первоочередными задачами в работе каждого предприятия. Все это обуславливает **актуальность** выбранной нами темы.

В современных условиях от организации правильного учета и управления финансовыми результатами зависит эффективная продолжительная деятельность любого предприятия. Торговля, во всех ее проявлениях, занимает все большее место в предпринимательской деятельности экономических субъектов. Возникает множество различных торговых и снабженческо-сбытовых организаций. Кроме того, закупкой и продажей товаров занимаются не только предприятия сферы торговли, но и производственные. Увеличение оборота денежных и материальных ресурсов в данной отрасли хозяйствования приводит к повышенному вниманию со стороны контролирующих органов к правильности постановки организации и ведения бухгалтерского учета товарных операций.

Объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является рекламное агентство «Правый берег». **Предметом исследования** является система управления финансовыми результатами деятельности данного предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка и экономическое обоснование предложений по повышению эффективности функционирования системы управления финансовыми результатами деятельности рекламного агентства «Правый берег».

В соответствии с целью были поставлены следующие **задачи**:

- изучить теоретические и методические основы управления финансовыми

результатами деятельности коммерческой организации;

- дать общую организационно-экономическую характеристику исследуемого предприятия;
- провести анализ и дать оценку финансовых результатов деятельности рекламного агентства «Правый берег»;
- оценить эффективность системы управления финансовыми результатами ООО «Правый берег»
- разработать и экономически обосновать комплекс мероприятий по повышению эффективности системы управления финансовыми результатами рекламного агентства «Правый берег».

Структура работы сформирована в соответствии с поставленной целью и определенными для ее достижения задачами исследования. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, определяется объект и предмет исследования, раскрываются цель и задачи. В первой главе рассматриваются теоретические и методические основы управления финансовыми результатами деятельности коммерческой организации. Во второй главе проведен анализ и дана оценка эффективности управления финансовыми результатами деятельности рекламного агентства «Правый берег». В третьей главе представлены предложения по повышению эффективности системы управления финансовыми результатами рекламного агентства «Правый берег».

Теоретической и методической основой исследования послужили труды зарубежных и отечественных экономистов, посвященные проблемам управления финансовыми результатами деятельности предприятия. Что касается **информационной базы исследования**, то в этой связи были использованы статистические материалы различных источников, а также документация самого предприятия.

Общий объем работы составляет 66 страниц, в том числе 26 таблиц и 2 рисунка.

Глава 1 Теоретические и методические основы управления финансовыми результатами деятельности коммерческой организации

1.1 Сущность и классификация финансовых результатов деятельности предприятия

Прибыль – это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости [15, с. 145].

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятий представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций.

Для оценки уровня прибыльности предприятия можно воспользоваться методами комплексного анализа прибыли по технико-экономическим факторам. Комплексный анализ прибыли рекомендуется проводить в определенной последовательности. Прежде всего, валовую прибыль анализируют по ее составным элементам, главным из которых является прибыль от реализации товарной продукции. Затем анализируются укрупненные факторы изменения прибыли от выпуска товарной продукции [21, с. 121].

Основными функциями, которые выполняет прибыль предприятия, являются:

- оценочная – она дает возможность дать оценку эффективности работы предприятия;
- распределительная – ее сущность заключается в том, что прибыль предприятия является инструментом распределения доходов;

— стимулирующая – ее сущность заключается в том, что прибыль используется как в интересах предприятия, так и в интересах его работников.

Сумма прибыли не показывает уровень эффективности работы предприятия, поэтому используют ее относительный показатель, который выражается в процентах и называется рентабельностью [4, с. 122].

Важными факторами роста прибыли, зависящими от деятельности предприятий, являются рост объема производимой продукции в соответствии с договорными условиями, снижение ее себестоимости, повышение качества, улучшение ассортимента, повышение эффективности использования производственных фондов, рост производительности труда.

Общий финансовый результат хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете определяется на счете прибылей и убытков путем подсчета и балансирования всех прибылей и убытков за отчетный период. На счете прибылей и убытков финансовые результаты деятельности предприятия отражаются в двух формах [5, с. 86]:

- как результаты (прибыль или убыток) от реализации продукции, работ, услуг, материалов и иного имущества, с предварительным выявлением их на отдельных счетах реализации;
- как результаты, не связанные непосредственно с процессом реализации, так называемые внереализационные доходы (прибыли) и потери (убытки).

Основными показателями прибыли являются:

- общая прибыль (убыток) отчетного периода - балансовая прибыль (убыток);
- прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг);
- прибыль от финансовой деятельности;
- прибыль (убыток) от прочих внереализационных операций;
- налогооблагаемая прибыль;
- чистая прибыль.

Балансовая прибыль (убыток) представляет собой сумму прибыли

(убытка) от реализации продукции, финансовой деятельности и доходов от прочих внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям [1, с. 134].

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах без НДС, спецналога и акцизов и затратами на ее производство и реализацию. Прибыль (убыток) от финансовой деятельности и от прочих внереализационных операций определяется как результат по операциям, отражаемым на счетах 47 «Реализация и прочее выбытие основных средств» и 48 «Реализация прочих активов», а также как разница между общей суммой полученных и уплаченных:

- штрафов, пени и неустоек и других экономических санкций;
- процентов, полученных по суммам средств, числящихся на счетах предприятия;
- курсовых разниц по валютным счетам и по операциям в иностранной валюте;
- прибылей и убытков прошлых лет, выявленных в отчетном году;
- убытков от стихийных бедствий;
- потерь от списания долгов и дебиторской задолженности;
- поступлений долгов, ранее списанных как безнадежные;
- прочих доходов, потерь и расходов, относимых в соответствии с действующим законодательством на счет прибылей и убытков.

Налогооблагаемая прибыль определяется специальным расчетом. Она равна балансовой прибыли, уменьшенной на сумму:

- отчислений в резервный и другие аналогичные фонды, создание которых предусмотрено законодательством (до достижения размеров этих фондов не более 25% уставного фонда, но не свыше 50% прибыли, подлежащей налогообложению);
- рентных платежей в бюджет;
- доходов по ценным бумагам и от долевого участия в деятельности других

предприятий;

— доходов от казино, видеосалонов и пр.;

— прибыли от страховой деятельности;

— прибыли от отдельных банковских операций и сделок;

— курсовой разницы, образовавшейся в результате изменения курса рубля по отношению к котируемым Центральным банком Российской Федерации иностранным валютам;

— прибыли от производства и реализации производственной сельскохозяйственной и охотохозяйственной продукции.

Чистая прибыль предприятия, т.е. прибыль, остающаяся в его распоряжении, определяется как разность между балансовой прибылью и суммой налогов на прибыль, рентных платежей, налога на экспорт и импорт. Чистая прибыль направляется на производственное развитие, социальное развитие, материальное поощрение работников, создание резервного фонда, уплате в бюджет экономических санкций, связанных с нарушением предприятием действующего законодательства, на благотворительные и другие цели [22, с. 122].

Неотъемлемым признаком рыночной экономики является появление консолидированной прибыли. Консолидированная прибыль - это прибыль, сводная по бухгалтерской отчетности о деятельности и финансовых результатах материнских и дочерних предприятий. Консолидированная бухгалтерская отчетность представляет собой объединение отчетности двух и более хозяйствующих субъектов, находящихся в определенных юридических и финансово-хозяйственных взаимоотношениях [9, с. 39].

Метод определения выручки от реализации продукции устанавливается предприятием на длительный срок исходя из условий хозяйствования и заключения договоров. В отраслях сферы товарного обращения (торговля, общественное питание) вместо категории «выручка от реализации продукции» используется категория «товарооборот» [6, с. 154].

В практике планирования и учета в торговле под валовым доходом

понимается сумма торговых надбавок (скидок), в общественном питании - сумма торговых набавок (скидок) и наценок. Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию [14, с. 131].

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

Первое — объем продаж зависит от эффективности осуществления коммерческой работы: от умения создавать выгодные условия для реализации своей продукции, т.е. проводить маркетинг, организовать рекламу, сбыт, сформировать ценовую и товарную политику и т.д.

Второе — уровень издержек производства зависит от эффективности организации производства и труда, выбранной технологии, технической оснащенности предприятия.

Вместе с тем прибыль на предприятии зависит не только от реализации продукции, но и от других видов деятельности, которые ее либо увеличивают, либо уменьшают. Поэтому в теории и на практике выделяют так называемую «балансовую прибыль» [11, с. 133].

Ее название говорит само за себя. Она состоит из прибыли от реализации продукции (выручка от реализации продукции без косвенных налогов минус затраты (расходы) на производство и реализацию продукции) плюс внереализационные доходы (доходы по ценным бумагам, от долевого участия в деятельности других предприятий, от сдачи имущества в аренду и т.п.) минус внереализационные расходы (затраты на производство, не давшее продукции, на содержание законсервированных производственных мощностей, убытки от

списания долгов и т.д.) [24, с. 158].

Во всех странах с рыночной экономикой прибыль облагается налогом. Поэтому на практике принято выделять налогооблагаемую прибыль. Последняя представляет собой валовую прибыль за вычетом отчислений в резервные фонды, доходов по видам деятельности, освобожденной от налогообложения, отчислений на капиталовложения.

Из чистой прибыли предприятие выплачивает дивиденды и различные социальные налоги, и образуют фонды. В результате остается прибыль неиспользованная, или убыток, непокрытый деньгами.

В условиях рыночных отношений, как свидетельствует мировая практика, имеется два основных источника получения прибыли.

Первый — это монопольное положение предприятия по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта. Поддержания этого источника на относительно высоком уровне предполагает проведение постоянной новации продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольную политику государства и растущую конкуренцию со стороны других предприятий [13, с. 127].

Второй – источник связан с производственной и предпринимательской деятельностью, поэтому касается практически всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения постоянно адаптировать под нее развитие производства. Здесь, по сути, все сводится к маркетингу. Величина прибыли в данном случае зависит:

- во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);
- во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.);
- в-третьих, от объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);

— в-четвертых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Однако получение прибыли в условиях рынка всегда связано с риском над предприятием постоянно висит угроза потерять вложенный капитал целиком или частично. Именно поэтому в теории и на практике используется понятие «предпринимательская прибыль», которая по своей величине должна быть больше, чем процент, получаемый по вкладам в банк [12, с.108].

По своему содержанию понятие «риск» относится как к хозяйственной, коммерческой, так и к финансовой деятельности. Для определения риска используются два основных метода: статистический и экспертный. В основе статистического лежат приемы математической статистики (расчет вариации, дисперсии и стандартного отклонения по показателям финансово-хозяйственной деятельности). Этими показателями являются рентабельность производства, продукции, инвестиций, продаж и т.д.

1.2 Методы оценки эффективности формирования финансовых результатов деятельности коммерческой организации

Эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности организации характеризуется ее финансовыми результатами. Общим финансовым результатом является прибыль, которая обеспечивает производственное и социальное развитие организации.

Конечный финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта (балансовая прибыль или убыток) представляет собой алгебраическую сумму результата (прибыли или убытка) от реализации товарной продукции (работ, услуг), результата (прибыли или убытка) от финансовой деятельности, доходов и расходов от прочих внереализационных операций. Расчет балансовой прибыли представлен ниже (1.1).

$$П_б = \pm П_p \pm П_ф \pm П_{вн}, \quad (1.1)$$

где: Π_6 – балансовая прибыль или убыток;
 Π_p – результат от реализации товарной продукции (работ, услуг);
 Π_ϕ – результат от финансовой деятельности;
 $\Pi_{вн}$ – результат (доход и расходы) от прочих внереализационных операций.

Выручка от реализации продукции свидетельствует о завершении производственного цикла хозяйствующего субъекта, возврате авансированных на производство средств хозяйствующего субъекта в денежную наличность и начале нового витка в обороте средств. После вычета из выручки от реализации продукции затрат на производство реализованной продукции получается чистый результат (прибыль или убыток) от реализации.

Прибыль – важнейший показатель эффективности работы предприятия. Анализ прибыли должен охватывать факторы как ее формирования, так и распределения. При этом важны такие направления исследований, как:

- динамика показателей прибыли, обоснованность фактических данных об образовании и распределении прибыли;
- выявление и измерение влияния различных факторов на прибыль;
- оценка возможных резервов дальнейшего роста прибыли на основе оптимизации объемов производства и издержек и др. [25, с. 35].

На изменение показателей прибыли влияют многие внутренние и внешние факторы. Перечень этих факторов и методика их расчета предопределяются методикой формирования соответствующих показателей и информационной базой [19, с. 113].

Наиболее простым по методике формирования является показатель прибыли на единицу продукции. Она определяется по формуле (1.2):

$$P_e = C_e - C_e, \quad (1.2)$$

где P_e – прибыль на единицу продукции;

C_e – отпускная (продажная) цена единицы продукции;

C_e – полная себестоимость единицы продукции.

Таким образом, прибыль на единицу продукции изменяется под воздействием факторов первого порядка: цены и полной себестоимости. Расчет уровня влияния этих факторов можно осуществить приемом сравнения.

К факторам первого порядка относятся изменения:

- прибыли от основного вида деятельности (реализация продукции, работ, товаров, услуг);
- прибыли от прочей реализации;
- внереализационных результатов.
- К факторам второго порядка относятся изменения:
 - объем реализованной продукции;
 - структура реализованной продукции;
 - полной себестоимости реализованной продукции;
 - цен не реализованную продукцию;
 - доходов по ценным бумагам;
 - доходов от долевого участия в совместных предприятиях;
 - штрафов, пени, неустоек, полученных за вычетом уплаченных;
 - прочих поступлений и платежей (прибыли и убытков прошлых лет, выявленных в отчетном году; поступлений долгов и дебиторской задолженности; финансовой помощи от других предприятий и организаций, пополнения фондов специального назначения и др.) [16, с. 114].

Факторы первого (прибыль от основного вида деятельности, прибыль от прочей реализации, внереализационные результаты) и второго порядка (доходы по ценным бумагам, доходы от долевого участия в совместных предприятиях, штрафы, пени, неустойки, прочие поступления и платежи) рассчитываются путем сравнения фактических и плановых (прогнозных) данных.

Факторы второго порядка (объем, структура, полная себестоимость, цены реализованной продукции), которые характеризуют изменение прибыли от реализации продукции (товаров, работ, услуг), не могут быть рассчитаны

указанным выше способом. Необходимо рассмотреть более детально сущность влияния этих факторов.

Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли [23, с. 120].

Структура товарной продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличивается доля более рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли возрастает. Напротив, при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшается [27, с. 147].

Поскольку в рыночных условиях предприятия заинтересованы в большей прибыли, а спрос на продукцию может существенно изменяться, они, естественно, стремятся выпускать и реализовывать более рентабельную продукцию. Если эта продукция отвечает интересам потребителя и экономике государства, увеличение ее реализации закономерно. В условиях дефицита и монополии предприятия могут увеличивать выпуск и реализацию более рентабельной продукции в ущерб менее рентабельной, но необходимой потребителю. Поэтому следует тщательно изучать причины изменения структуры реализованной продукции [7, с.34].

Себестоимость продукции обратно пропорциональна прибыли. При снижении или повышении по сравнению с планом себестоимости реализованной продукции прибыль от реализации соответственно увеличивается или уменьшается.

Изменение уровня среднереализационных цен прямо пропорционально прибыли: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот [20, с. 167].

Безусловно, важнейшим фактором, влияющим на финансовые

результаты, является себестоимость продукции (работ, услуг). Себестоимость продукции является не только важнейшей экономической категорией, но и качественным показателем, так как она характеризует уровень использования всех ресурсов (переменного и постоянного капитала), находящихся в распоряжении предприятия. Снижение себестоимости является одним из основных резервов улучшения финансовых результатов [2, с. 146].

Значительное влияние на балансовую и чистую прибыль оказывают финансовые результаты от прочей реализации, а также от внереализационных операций.

Каждый вид реализации прочих активов (сырья, материалов и др.) имеет свою специфику, которую необходимо учитывать при анализе. Особое внимание следует обратить на реализацию излишних материалов. Это необходимо для выявления случаев практики создания излишних запасов, в связи с чем оборотные средства на длительное время выводятся из оборота, что приводит к их недостатку и снижению эффективности использования [17, с.20].

Анализ внереализационных результатов следует выполнять по каждому их виду. При этом необходимо установить, правильно ли они отнесены за счет предприятия и непосредственно на счет прибылей и убытков; не было ли допущено при списании сумм на убытки нарушений действующих положений. Внереализационные убытки в значительной мере являются результатом нарушения договорной дисциплины и указывают на недостаточную борьбу предприятия за сохранность собственности. Внереализационные доходы и расходы от штрафов, пени, неустоек не характеризуют качество работы предприятия, а в некоторых случаях свидетельствуют о плохой постановке учета (например, прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году).

В последнее время большой интерес вызывают методика анализа прибыли, которая базируется на делении производственных затрат на постоянные и переменные, а также маржинальный анализ. Указанная методика широко используется в странах с развитой рыночной экономикой, и получила название системы «директ-костинг». С ее помощью возможно изучение

зависимости прибыли от небольшого круга наиболее важных факторов и на этой основе управление процессом формирования ее величины. В отличие от методики анализа прибыли, применяемой на российских предприятиях, система «директ-костинг» позволяет более полно учитывать влияние отдельных факторов [8, с. 138].

Применение системы «директ-костинг» позволяет предприятию решать такие задачи, как определение:

- объема реализации продукции для достижения безубыточного финансового положения;
- оптимального объема реализации и ассортиментного набора продукции;
- минимального уровня цен на производимую продукцию;
- факторов производства, влияющих на динамику финансового результата [3, с.89].

При анализе прибыли отечественными предприятиями в основном используется следующая модель (1.3):

$$\Pi = V(C - C) \quad (1.3)$$

где Π – сумма прибыли;

V – количество (масса) реализованной продукции;

C – цена реализации единицы продукции;

C – себестоимость единицы продукции.

При такой постановке задачи предполагается, что все эти факторы (Π , V , C и C) изменяются независимо друг от друга. Прибыль прямо пропорциональна объему реализации, если реализуется рентабельная продукция. Если продукция убыточна, то прибыль обратно пропорциональна объему продаж. Однако здесь не учитывается взаимосвязь объема производства (реализации) продукции и ее себестоимости. При увеличении объема производства (реализации) себестоимость единицы продукции снижается, так как при этом обычно возрастает только сумма переменных расходов (сырье, материалы, сдельная

заработная плата производственных рабочих и т.п.), а сумма постоянных расходов (аренда помещений, амортизация, зарплата управленческого персонала и др.), как правило, остается без изменений. При спаде производства себестоимость изделий возрастает, поскольку на единицу продукции приходится больше постоянных расходов [10, с. 120].

В странах с развитой рыночной экономикой для обеспечения системного (комплексного) подхода при изучении факторов изменения прибыли и прогнозирования ее величины используют маржинальный анализ, в основе которого лежит маржинальный доход (МД) (1.4):

$$МД = П + Р_{пост} \quad (1.4)$$

где $R_{пост}$ – сумма постоянных расходов предприятия.

С помощью этой формулы можно определить сумму прибыли при известных величинах маржинального дохода и постоянных расходов (1.5):

$$П = МД - Р_{пост} \quad (1.5)$$

Часто при определении прибыли вместо маржинального дохода используется выручка (В) и доля маржинального дохода в ней ($D_{МД}$). Если маржинальный доход представить в виде произведения выручки на долю маржинального дохода (1.6), то прибыль определяют по формуле (1.7):

$$МД = В \times D_{МД} \quad (1.6)$$

$$П = В \times D_{МД} - Р_{пост} \quad (1.7)$$

При анализе прибыли от реализации одного вида продукции возможно применение модифицированной формулы определения прибыли. Если

известны количество проданной продукции и маржинальный доход на единицу продукции (МД), то величина прибыли составит (1.8):

$$\Pi = V \times \text{МД} - P_{\text{пост}} \quad (1.8)$$

Подставим в эту формулу следующее значение (1.9):

$$\text{МД} = Ц - P_{\text{пер}} \quad (1.9)$$

где $P_{\text{пер}}$ – переменные расходы на единицу продукции.

Таким образом, подставив в формулу (1.8) значение МД по формуле (1.9), получим формулу расчета суммы прибыли.

Одно из важнейших преимуществ маржинального метода состоит в том, что с его помощью можно определить так называемый «уровень нулевой прибыли», т.е. тот объем реализации, при котором у предприятия не будет ни прибыли, ни убытков.

Рассмотренный метод маржинального анализа взаимосвязи «затраты – выручка – прибыль» позволяет предприятиям:

- рассчитывать зависимость темпов роста прибыли от объема реализации;
- достаточно точно планировать прибыль предприятия и определять наиболее рентабельные виды продукции и производства [18, с. 156].

1.3 Особенности формирования финансовых результатов на предприятиях малого бизнеса

Малый бизнес является неотъемлемым элементом современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика страны и общество в целом не могут полноценно и эффективно существовать и развиваться. Актуальность рассматриваемой темы подчеркивает тот факт, что развитие малого бизнеса

является одним из важнейших условий наиболее эффективного развития экономики.

Приоритетные направления государственной политики в области поддержки малого предпринимательства, налогообложения, содействие региональных органов власти оказывают существенное влияние на развитие малого бизнеса, снятие социально-экономической напряженности, способствуют насыщению рынка необходимыми товарами и услугами, созданию новых рабочих мест и развитию конкуренции.

Однако количество малых предприятий в российской экономике с каждым годом растет, как и удельный вес. В 2013 году данный показатель увеличился на 1,6 % и равнялся 42,6 % по сравнению с 2012 годом, в котором удельный вес малых предприятий составлял 41 %. В 2014 году удельный вес предприятий незначительно вырос до 43 % малых предприятий в общей численности предприятий и организаций в России.

Итоги экономической деятельности предприятий малого бизнеса выступают в виде финансовых результатов, отражающих совместный конечный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде прибыли.

Для выявления финансового результата деятельности малого предприятия необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию продукции.

Отрицательным результатом деятельности любого предприятия являются убытки, которые свидетельствуют о неэкономном расходовании ресурсов предприятия, а положительные финансовые результаты выражаются в форме прибыли.

В табл. 1 представлены данные о финансовых результатах предприятий малого бизнеса в России, которые свидетельствуют о довольно стабильном развитии данного сектора.

Из табл. 1 следует, что количество предприятий малого бизнеса в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличилось на 742151 предприятие (рост на

123,1 %), а в 2017 году – на 185445 малых предприятий (рост на 13,8 %).

Таблица 1

**Финансовые результаты малых предприятий в России
за 2015-2017 гг. [26, с. 156]**

	Число предприятий	в том числе			
		Прибыльные предприятия		Убыточные предприятия	
		Число предприятий	Сумма прибыли, млн. руб.	Число предприятий	Сумма убытка, млн. руб.
2015 г.	602698	496030	1256205	106668	305994
2016 г.	1344849	1082082	2093226	262767	656174
2017 г.	1530294	1219954	2548634	310340	1337684

Число прибыльных предприятий малого бизнеса с каждым годом растет и превышает количество убыточных предприятий. Так, в 2016 году увеличение составило 586052 малых предприятий (118,1 %), а в 2017 году – 137872 (12,7 %). Однако и количество убыточных предприятий также увеличивается. Например, в 2016 году их численность возросла на 156099 предприятий (рост на 146,3 %), а в 2017 году – на 47573 (рост на 18,1 %). Проанализировав динамику роста суммы прибылей и суммы убытков предприятий малого бизнеса можно отметить, что данные показатели с каждым годом растут, значительны суммы убытков.

Показатели платежеспособности, финансовой устойчивости, рентабельности проданных товаров (продукции, работ, услуг) и рентабельности активов, как самых значимых показателей прибыльности, либо убыточности малых предприятий в России и их динамика представлены в табл. 2.

Из табл. 2 видно, что коэффициент текущей ликвидности, являющийся показателем платежеспособности предприятия в 2015-2017 гг. отвечает нормативному значению, следовательно, малые предприятия в России за исследуемый период времени являются платежеспособными.

Причем, в 2016 году по сравнению с 2015 годом значение коэффициента текущей ликвидности увеличилось на 184 %, а вот в 2017 году снизилось на 122,5 %.

Таблица 2

**Платежеспособность, финансовая устойчивость и показатели
рентабельности малых предприятий в России (%) [26, с. 158]**

Показатель	Норматив	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+/-) 2016 г. к 2015 г.	Отклонение (+/-) 2017 г. к 2016 г.
Коэффициент текущей ликвидности	$\geq 2,0$	111,8	295,8	173,3	184	-122,5
Коэффициент автономии	$> 0,7$	46,4	14,9	28,5	-31,5	13,6
Рентабельность проданных товаров (продукции, работ, услуг)	-	3,7	5,3	5,4	1,6	0,1
Рентабельность активов	-	2,5	1,1	1,8	-1,4	0,7

Показателем финансовой устойчивости предприятия является коэффициент автономии, который также отвечает нормативному значению за все три года. Однако в 2016 году происходит снижение коэффициента автономии на 31,5 %, а в 2017 году значение возрастает на 13,6 %, что говорит о финансовой устойчивости предприятий малого бизнеса в России за исследуемый период.

Все показатели рентабельности за исследуемый период времени довольно высокие, что свидетельствует о прибыльности предприятий малого бизнеса. Рентабельность проданных товаров (продукции, работ, услуг) в 2016 году увеличилась на 1,6 %, в 2017 году – всего на 0,1 %. Рентабельность активов, наоборот, в 2016 году снизилась на 1,4 %, а в 2017 году возросла на 0,7 %.

Глава 2 Анализ и оценка эффективности управления финансовыми результатами деятельности рекламного агентства «Правый берег»

2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Правый Берег» зарегистрировано 24 мая 2005 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 16 по Краснодарскому краю.

Руководитель организации: директор Лебедев Роман Игоревич.

Юридический адрес ООО «Правый Берег»: 352800, Краснодарский край, Туапсинский район, город Туапсе, Армавирская улица, 8 Б.

Основным видом деятельности является «Деятельность рекламных агентств», зарегистрированы 4 дополнительных вида деятельности:

- деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания;
- деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах;
- производство мяса и пищевых субпродуктов в замороженном виде;
- производство пищевых субпродуктов в охлажденном виде.

ООО «Правый Берег» построено по принципу функциональной структуры, которая, в свою очередь, основывается на подчиненности по областям организационно-управленческой и экономической деятельности хозяйствующего субъекта. Фактически у каждого подразделения рекламно - производственной фирмы ООО «Правый Берег» находится несколько вышестоящих руководителей. Но каждый из этих руководителей имеет право воздействовать на подчиненного только в рамках своей области деятельности.

Преимущества применяемой в ООО «Правый Берег» организационно - правовой структуры управления заключаются в эффективности управления за счет высокого уровня специализации сотрудников ООО «Правый Берег», централизованный контроль за выполнением (реализацией) стратегических

решений, дифференциация и делегирование текущих управленческих решений (рис. 1).

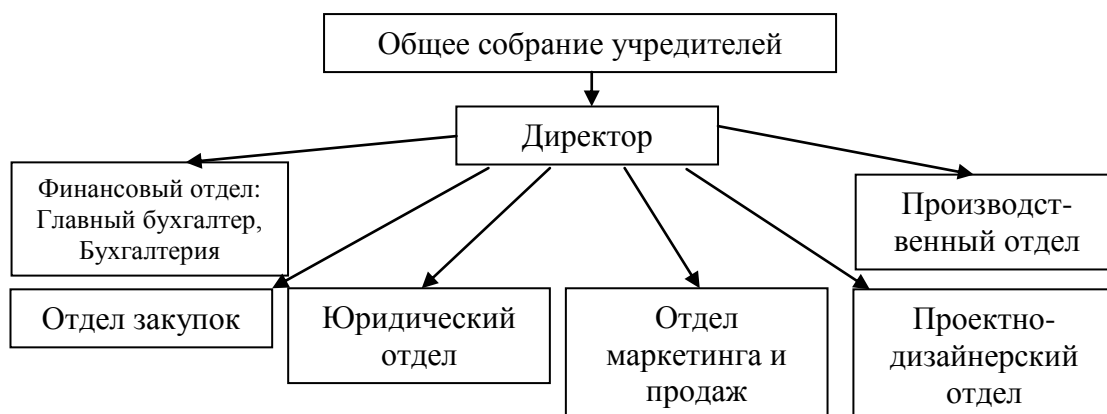


Рис. 1. Организационная структура ООО «Правый Берег»¹

Основными задачами проведения практического аналитического исследования в рамках данного раздела аналитической главы проекта являются: оценка изменения и степени выполнения плановых показателей объема и ассортимента продажи продукции (услуг, товаров, работ); определение факторов и причин несоответствия фактических значений показателей плановым, а также показателям предшествующего отчетного периода; анализ структурных сдвигов в составе продукции (работ, услуг, товаров) и их влияния на показатели результативности финансово - хозяйственной предпринимательской деятельности (табл. 3).

Таблица 3

Анализ динамики изменения объема реализации продукции ООО «Правый берег» за 2016-2017 гг.²

Показатель (изделие, услуга, товар)	Ед. изм.	Период		% выполнения
		2016 г.	2017 г.	
Производство рекламной продукции: календари	тыс. руб.	2 987,94	3 305,09	110,61
Производство рекламной продукции: магниты	тыс. руб.	781,29	706,74	90,46
Производство рекламной продукции: шариковые ручки	тыс. руб.	104,06	104,27	100,20

¹ Рисунок составлен автором

² Таблица составлена автором

Продолжение таблицы 3

Производство рекламной продукции: визитки	тыс. руб.	303,06	580,86	191,67
Производство рекламной продукции: буклеты	тыс. руб.	224,55	255,69	113,87
Производство рекламной продукции: стенды	тыс. руб.	140,67	171,98	122,26
Производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция	тыс. руб.	469,88	561,24	119,44
Услуги дизайна рекламных материалов	тыс. руб.	29,79	46,26	155,27
Консультации по проведению рекламных акций	тыс. руб.	39,97	44,16	110,50
Прочие услуги	тыс. руб.	103,51	141,90	137,09
ИТОГО	тыс. руб.	5184,72	5918,20	114,15

На основании проведенного исследования можно заключить, что общий прирост объема реализации ООО «Правый берег» в стоимостном выражении составляет 14,15% (темп прироста).

Наибольший прирост наблюдается по таким номенклатурным группам продукции, как «Производство рекламной продукции: визитки» (темп роста составляет 191,67%), «Услуги дизайна рекламных материалов» (155,27%), «Прочие услуги» (137,09%). Наблюдается снижение объема реализации по продукции «Производство рекламной продукции: магниты» (темп роста составляет 90,46%).

Общее перевыполнение плана по ассортименту продукции ООО «Правый берег» составляет 3,58% в 2017 году (табл. 4). Наблюдается невыполнение плана по следующим группам продукции: «Производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция» (невыполнение плана, определенное путем оценки темпа прироста составляет 15,6%), «Производство рекламной продукции: магниты» (15,32%), а также «Консультации по проведению рекламных акций» (13,33%). Объем производства рекламной продукции ООО «Правый берег», зачтенный в выполнение плана не превышает как плановое значение объема производства и реализации в стоимостном выражении, так и отчетное (фактическое).

Таблица 4

**Анализ структуры объема реализации продукции (товаров, работ, услуг)
ООО «Правый берег» за 2016-2017 гг.³**

Ассортиментная группа	2016 г.		2017 г.		Изменение структуры, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Производство рекламной продукции: календари	2 987,94	57,63	3 305,09	55,85	-1,78
Производство рекламной продукции: магниты	781,29	15,07	706,74	11,94	-3,13
Производство рекламной продукции: шариковые ручки	104,06	2,01	104,27	1,76	-0,25
Производство рекламной продукции: визитки	303,06	5,85	580,86	9,81	3,97
Производство рекламной продукции: буклеты	224,55	4,33	255,69	4,32	-0,01
Производство рекламной продукции: стенды	140,67	2,71	171,98	2,91	0,19
Производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция	469,88	9,06	561,24	9,48	0,42
Услуги дизайна рекламных материалов	29,79	0,57	46,26	0,78	0,21
Консультации по проведению рекламных акций	39,97	0,77	44,16	0,75	-0,02
Прочие услуги	103,51	2,00	141,90	2,40	0,40
ИТОГО	5184,72	100,00	5918,20	100,00	-

По результатам оценки и анализа структуры ассортимента производимой ООО «Правый берег» продукции можно заключить, что изменения в структуре продукции исследуемого предприятия в 2017 году незначительны по сравнению с 2016 годом.

В табл. 5 представлены результаты анализа динамики трудовых показателей, влияющих на объем выпуска (реализации) продукции (услуг, работ, товаров) ООО «Правый берег» за 2017 г. По результатам оценки выработки продукции, можно отметить прирост значения показателя «Выработка продукции на одного работающего» (прирост составляет 20,49%), что является, безусловно, положительным фактом развития финансово-

³ Таблица составлена автором

хозяйственной деятельности предприятия.

Таблица 5

Анализ динамики трудовых показателей, влияющих на объем выпуска (реализации) продукции (услуг, работ, товаров) ООО «Правый берег» за 2017 г.⁴

Показатели	Ед. изм.	План	Отчёт	% выполнения
Валовая продукция	тыс. руб.	5184,72	5918,20	14,15
Выработка на одного работающего	тыс. руб.	272,88	328,79	20,49
Среднесписочная численность работающих на предприятии	чел.	19,00	18,00	-5,26

Анализ влияния трудовых факторов на объем произведенной ООО «Правый берег» продукции за 2017 г. (табл. 6) показал, что наряду с отмеченным приростом среднегодовой выработки продукции необходимо отметить прирост среднедневной (прирост составляет 9,19%), а также среднечасовой выработки продукции.

Таблица 6

Анализ влияния трудовых факторов на объем произведенной ООО «Правый берег» продукции за 2017 г.⁵

Показатель	План	Отчёт	Отклонение	% выполнения
1. Отработано всеми работающими:				
а) человеко-дней	4466,00	4032,00	-434,00	-9,72
б) человеко-часов	35728,00	32256,00	-3472,00	-9,72
2. Среднее количество дней, отработанных одним работающим	203,00	224,00	21,00	10,34
3. Продолжительность рабочего дня в часах	8,00	8,00	-	-
4. Выработка одного работающего в рублях:				
а) Среднегодовая	272,88	328,79	55,91	20,49
б) Среднедневная	1,34	1,47	0,12	9,19
в) Среднечасовая	0,17	0,18	0,02	9,19

⁴ Таблица составлена автором

⁵ То же

2.2 Анализ и оценка финансовых результатов деятельности рекламного агентства «Правый берег»

В процессе аналитического исследования осуществляется оценка изменения величины финансового результата по видам финансово-хозяйственной деятельности, и определяются факторы, влияющие на указанное изменение. В рамках данного исследования возникает необходимость в анализе структуры финансового результата базового хозяйствующего субъекта данного исследования по доходам от основных видов предпринимательской финансово-хозяйственной деятельности и прочих формирований положительного финансового результата.

Также возникает необходимость в оценке структуры коммерческих и управленческих расходов и оценке их влияния на величину финансового результата деятельности исследуемого экономического субъекта. Динамику показателей прибыли ООО «Правый берег» представим в виде табл. 7.

Таблица 7

Анализ показателей прибыли и рентабельности ООО «Правый берег» за 2016-2017 гг.⁶

Показатель	Значение показателя		Отклонение		
	2016 г., тыс. руб.	2017 г., тыс. руб.	Абсолютное	Относительное	
				Темп роста	Темп прироста
Объем реализации продукции (без НДС)	5184,72	5918,20	733,48	114,15	14,15
Себестоимость продукции (товаров, работ, услуг)	2030,93	2468,69	437,76	121,55	21,55
Валовая прибыль	3153,79	3449,52	295,72	109,38	9,38
Управленческие расходы	1602,36	1731,72	129,36	108,07	8,07
Коммерческие расходы	1096,35	333,93	-762,42	30,46	69,54
Прибыль от реализации	455,08	1383,87	928,79	304,09	204,09
Прибыль (убыток) до налогообложения	455,08	1383,87	928,79	304,09	204,09
Налог на прибыль	91,02	276,77	185,76	304,09	204,09
Чистая прибыль	364,06	1107,10	743,03	304,09	204,09
Рентабельность продаж, %	60,83	58,29	-2,54	95,82	-4,18
Рентабельность продукции, %	155,29	139,73	-15,56	89,98	-10,02

⁶ Таблица составлена автором

Прирост значения положительного финансового результата деятельности организации ООО «Правый берег» произошло за счет прироста объема реализации продукции, а также значительного сокращения величины коммерческих расходов.

Структура доходов и расходов организации в отчетном периоде сложилась таким образом, что по сравнению с базисным периодом (2016 г.) произошло сокращение величины порога рентабельности, а также прирост значения запаса финансовой прочности (устойчивости), что является, безусловно, положительным фактором развития финансово-хозяйственной деятельности ООО «Правый берег».

Далее проанализируем затраты на производство и реализацию продукции и их влияние на формирование финансовых результатов деятельности ООО «Правый берег». Основной задачей такого анализа является выявление резервов снижения затрат, а также систематизация исходных данных для проведения плановых расчетов в проектной части. Поэтому обязательной составляющей является анализ структуры и динамики затрат, а также выявление доли переменных и постоянных затрат (табл. 8 – 10).

Таблица 8

Оценка динамики затрат ООО «Правый берег» в 2016-2017 гг.⁷

Элемент затрат	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	
	База	Факт	Абсолютное	Относительное
Материальные затраты, в т.ч.	1136,15	1285,01	148,86	13,10
Основные материалы	700,00	800,00	100,00	14,29
Вспомогательные материалы	396,50	441,16	44,66	11,26
Энергетические затраты	39,65	43,86	4,21	10,61
Заработная плата	2332,50	1982,82	-349,68	-14,99
Страховые взносы	704,42	598,81	- 105,60	- 14,99
Амортизационные отчисления	405,32	540,43	135,11	33,33
Коммунальные услуги	93,00	77,11	-15,89	- 17,09
Прочие расходы	58,26	50,15	-8,11	-13,92
Полная себестоимость, в т.ч.	4729,64	4534,33	-195,31	-4,13
Переменные расходы	2030,93	2468,69	437,76	21,55
Постоянные расходы	2698,71	2065,65	- 633,07	-23,46

⁷ Таблица составлена автором

Таблица 9

Оценка структуры затрат ООО «Правый берег» в 2016-2017 гг.⁸

Элемент затрат	Структура затрат, %		
	База	Факт	Отклонение
Материальные затраты, в т.ч.	24,02	28,34	4,32
Основные материалы	14,80	17,64	2,84
Вспомогательные материалы	8,38	9,73	1,35
Энергетические затраты	0,84	0,97	0,13
Заработная плата	49,32	43,73	- 5,59
Страховые взносы	14,89	13,21	- 1,69
Амортизационные отчисления	8,57	11,92	3,35
Коммунальные услуги	1,97	1,70	- 0,27
Прочие расходы	1,23	1,11	-0,13
Полная себестоимость, в т.ч.	100,00	100,00	-
Переменные расходы	42,94	54,44	11,50
Постоянные расходы	57,06	45,56	- 11,50

Таблица 10

Факторный анализ затрат ООО «Правый берег» в 2016-2017 гг.⁹

Этап факторного анализа	Величина затрат	Факторы изменения затрат			
		Объем выпуска продукц	Структура продукции	Переменные затраты	Постоянные затраты
По плану на плановый выпуск продукции	5553,47	План	План	План	План
По плану, пересчитан ному на фактический объем производств а при сохранении плановой структуры	6409,08	Факт	План	План	План
По плановому уровню на фактический выпуск продукции при ее фактической структуре	5642,88	Факт	Факт	План	План
Фактические при плановом уровне постоянных затрат	5989,10	Факт	Факт	Факт	План
Фактические	5356,03	Факт	Факт	Факт	Факт
Изменение затрат за счет факторов:	-195,30	855,61	-766,20	348,36	-633,07
Изменение затрат в соответствии с данными калькуляции		- 195,31			
Изменение затрат в соответствии с данными отчёта о финансовых результатах		- 195,31			

⁸ Таблица составлена автором⁹ То же

На основании представленного факторного анализа можно заключить, что общее снижение совокупных затрат организации произошло за счет изменения ассортимента выпускаемой продукции, а также снижения величины постоянных затрат организации ООО «Правый берег».

Одним из факторов, оказывающих влияние на формирование финансового результата деятельности коммерческой организации, является эффективность использования основного и оборотного капитала предприятия. Таким образом, для оценки финансовых результатов деятельности ООО «Правый берег» представляется необходимым провести такой анализ.

В процессе анализа основных производственных фондов оценивается уровень обеспеченности производства основными фондами и средствами труда с учетом их состояния, износа, определяется уровень их использования и определяются резервы увеличения выпуска продукции, услуг, без привлечения дополнительных капитальных вложений (табл. 11).

Таблица 11

**Стоимость основных производственных фондов ООО «Правый берег»
в 2016-2017 гг.¹⁰**

№	Вид основных средств	Стоимость основных		Коэффициент износа
		Первоначальная	Остаточная	
1	Офисное оборудование	3320,00	3087,60	0,07
2	Автомобиль Skoda Roomster	1015,00	822,15	0,19
3	Ризограф	5300,00	3869,00	0,27
4	Резак	890,00	525,10	0,41
5	Брошюровальные машины	345,00	1012,49	-1,93
6	Ламинаторы	710,00	639,00	0,10
7	Прочее основное оборудование	9285,00	6717,91	0,28
8	Складские помещения	4400,00	3476,00	0,21
9	Производственные помещения	1500,00	1335,00	0,11
10	Офисные помещения	1235,00	1111,50	0,10
ИТОГО		28000,00	22595,75	0,19

¹⁰ Таблица составлена автором

На основании данных таблицы необходимо отметить, что основные средства, находящиеся во владении, хозяйственном ведении и оперативном управлении у ООО «Правый берег» обладают высоким уровнем физического износа (19%), а принимая во внимание современные условия хозяйствования - моральным. Таким образом, организации целесообразно осуществлять модернизацию оборудования.

Проанализируем состояние, движение и эффективность использования основных производственных фондов ООО «Правый берег» в 2016 - 2017 гг. (табл. 12).

Таблица 12

Анализ состояния, движения и эффективности использования основных производственных фондов ООО «Правый берег» в 2016 - 2017 гг.¹¹

№	Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	Отклонение
1	Коэффициент поступления основных фондов (средств)	0,06	0,08	0,02
2	Коэффициент выбытия основных фондов (средств)	0,06	0,06	0,01
3	Коэффициент прироста основных фондов (средств)	0,00	0,02	0,01
4	Коэффициент обновления основных фондов (средств)	0,06	0,08	0,02
5	Коэффициент годности основных фондов (средств)	0,81	0,78	-0,03
6	Коэффициент износа основных фондов (средств)	0,19	0,22	0,03
7	Фондовооруженность	1194,94	1329,16	134,22
8	Фондоемкость	0,23	0,26	0,03
9	Рентабельность основных фондов (средств),%	4,38	3,82	-0,56
10	Фондоемкость	2,00	6,12	4,12

К отрицательным моментам, выявленным в рамках проведенного исследования, необходимо отметить отрицательную динамику значения показателя «Коэффициент годности основных фондов (средств)», что так же подчеркивает необходимость осуществления мероприятий, ориентированных

¹¹ Таблица составлена автором

на модернизацию парка основных средств исследуемого предприятия.

Площади предприятия ООО «Правый берег» отличаются высоким уровнем загрузки, что является положительным фактом управления имуществом организации. Оборудование предприятия достаточно загружено с точки зрения времени работы и недостаточно загружено с точки зрения объема производимой продукции, что является свидетельством неэффективного использования активной части парка основных средств ООО «Правый берег».

Далее проведем анализ оборотного капитала предприятия. Данные анализа состава и структуры оборотных средств ООО «Правый берег» представлены в табл. 13.

Таблица 13

**Анализ состава и структуры оборотных средств ООО «Правый берег»
в 2017 гг.¹²**

Статья (вид оборотных активов)	На начало периода		На конец периода		Отклонение	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Запасы: Основные сырье и материалы	227	3,27	274	4,23	47	20,70
Запасы: Вспомогательные сырье и материалы (Запасные части)	703	10,12	723	11,17	20	2,84
Запасы: Основные сырье и материалы	227	3,27	274	4,23	47	20,70
Запасы: Топливоно-энергетические ресурсы	2703	38,93	2344	36,22	-359	-13,28
Запасы: Инструмент	384	5,53	344	5,32	-40	-10,42
Запасы: Тара	417	6,01	448	6,92	31	7,43
Дебиторская задолженность	434	6,25	487	7,52	53	12,21
Краткосрочные финансовые вложения	868	12,50	874	13,50	6	0,69
Денежные средства	736	10,60	742	11,46	6	0,82
Прочие оборотные активы	242	3,49	1	0,02	-241	-99,59
Расходы будущих периодов	230	3,31	235	3,63	5	2,17
ИТОГО	6944	100,00	6472	100,0	-472	- 6,80

¹² Таблица составлена автором

По результатам аналитического исследования необходимо отметить наличие у ООО «Правый берег» просроченных сумм дебиторской задолженности, что является отрицательным фактом развития хозяйственной деятельности исследуемой организации.

Далее необходимо провести анализ и оценку показателей эффективности использования оборотных фондов предприятия (табл. 14).

Таблица 14

Анализ и оценка показателей эффективности использования оборотных фондов ООО «Правый берег» в 2016 - 2017 гг.¹³

Показатель	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	Отклонение	
				Абсолют.	Относит.
Остаток оборотных активов (средств) на начало периода	тыс. руб.	1137,30	1338,00	200,70	17,65
Остаток оборотных активов (средств) на конец периода	тыс. руб.	1338,00	1338,00	-	-
Среднегодовой остаток оборотных активов (средств)	тыс. руб.	1237,65	1338,00	100,35	8,11
Остаток оборотных активов (средств) на начало периода	тыс. руб.	1137,30	1338,00	200,70	17,65
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	5184,72	5918,20	733,48	14,15
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	руб./руб.	4,19	4,42	0,23	5,59
Продолжительность оборота оборотных (текущих) активов (средств)	дн.	85,94	81,39	-4,55	-5,29
Краткосрочная кредиторская задолженность (текущие пассивы) на начало периода	тыс. руб.	1500,00	1320,00	-180,00	-12,00
Краткосрочная кредиторская задолженность (текущие пассивы) на конец периода	тыс. руб.	1320,00	1440,00	120,00	9,09
Среднегодовой остаток краткосрочной кредиторской задолженности (текущих пассивов)	тыс. руб.	1410,00	1380,00	-30,00	-2,13
Собственные оборотные средства предприятия на начало периода	тыс. руб.	-362,70	18,00	380,70	-104,96

¹³ Таблица составлена автором

Продолжение таблицы 14

Собственные оборотные средства предприятия на конец периода	тыс. руб.	18,00	-102,00	-120,00	-666,67
Собственные оборотные средства предприятия за период	тыс. руб.	172,35	-42,00	130,35	-75,63
Остаток денежных средств на начало периода	тыс. руб.	364,80	384,00	19,20	5,26
Остаток денежных средств на конец периода	тыс. руб.	384,00	311,00	-73,00	-19,01
Среднегодовой остаток денежных средств	тыс. руб.	374,40	347,50	-26,90	-7,18
Текущие финансовые потребности на начало периода	тыс. руб.	-727,50	-366,00	361,50	-49,69
Текущие финансовые потребности на конец периода	тыс. руб.	366,00	413,00	-47,00	12,84
Текущие финансовые потребности за период	тыс. руб.	-546,75	-389,50	157,25	-28,76
Остаток дебиторской задолженности на начало периода	тыс. руб.	85,50	84,00	-1,50	-1,75
Остаток дебиторской задолженности на конец периода	тыс. руб.	84,00	87,00	3,00	3,57
Остаток дебиторской задолженности за период	тыс. руб.	84,75	85,50	0,75	0,88
Коэффициент текущей ликвидности на начало периода	руб./руб.	0,76	1,01	0,26	33,69
Коэффициент текущей ликвидности на конец периода	руб./руб.	1,01	0,93	-0,08	-8,33
Коэффициент текущей ликвидности за период	руб./руб.	0,88	0,97	0,09	10,46
Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности на начало периода	руб./руб.	0,30	0,35	0,05	18,10
Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности на конец периода	руб./руб.	0,35	0,28	-0,08	-22,04
Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности за период	руб./руб.	0,33	0,31	-0,01	-3,65
Коэффициент абсолютной ликвидности на начало периода	руб./руб.	0,24	0,29	0,05	19,62
Коэффициент абсолютной ликвидности на конец периода	руб./руб.	0,29	0,22	-0,07	-25,76
Коэффициент абсолютной ликвидности за период	руб./руб.	0,27	0,25	-0,01	-5,17

По результатам проведенного исследования необходимо отметить ряд отрицательных моментов в развитии финансово - хозяйственной деятельности ООО «Правый берег»: наличие отрицательного значения показателя «Собственный оборотный капитал» за ряд периодов, что является

свидетельством того, что организация зависима от заёмных источников финансирования; снижение значений показателей ликвидности, что свидетельствует о том, что организация со временем стала менее платежеспособной. Однако в целом эффективность управления оборотным капиталом повысилась: наблюдается рост значения коэффициента оборачиваемости оборотных (текущих) активов.

Для более обоснованных выводов проанализируем текущую ликвидность оборотных активов (табл. 15).

Таблица 15

**Анализ динамики показателей текущей ликвидности оборотных активов
ООО «Правый берег» в 2016 - 2017 гг.¹⁴**

Показатель	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение
Текущие (оборотные) активы	6 944,00	6 472,00	- 472,00
в т.ч. Расходы будущих периодов	230,00	235,00	5,00
Текущие (оборотные) активы без учёта расходов будущих периодов	6 714,00	6 237,00	-477,00
Текущие пассивы (Краткосрочная кредиторская задолженность)	7 044,00	7 412,00	368,00
Чистый оборотный капитал (собственные оборотные средства)	- 100,00	-940,00	-840,00
Коэффициент текущей ликвидности	0,95	0,84	- 0,11

По результатам проведенной оценки коэффициента текущей ликвидности по оборотным активам без учета расходов будущих периодов, можно сделать вывод о том, что в 2017 году наблюдается снижение значения исследуемого показателя. Общее отклонение составляет -0,11, что является негативным фактом развития финансово - хозяйственной деятельности ООО «Правый берег». Указанное отклонение вызвано рядом факторов, в т.ч. приростом величины краткосрочных обязательств при одновременном сокращении остатка оборотных активов за вычетом расходов будущих периодов.

¹⁴ Таблица составлена автором

2.3 Анализ качества и конкурентоспособности продукции и услуг ООО «Правый берег» и их влияния на финансовые результаты деятельности

Проблема качества продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в экономической и социальной жизни страны. Объективный фактор, объясняющий многие глубинные причины наших экономических и социальных трудностей, снижающихся темпов экономического развития за последние десятилетия, с одной стороны, и причины повышения эффективности производства и уровня жизни в развитых странах Запада, с другой это качество создаваемой и выпускаемой продукции. Качество товара, его эксплуатационная безопасность и надежность, дизайн, уровень послепродажного обслуживания являются для современного покупателя основными критериями при совершении покупки, и, следовательно, определяют успех или неуспех фирмы на рынке. Современная рыночная экономика предъявляет принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что сейчас выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности, в этом заключается актуальность курсовой работы.

В свою очередь, конкурентоспособность связана с действием нескольких десятков факторов, среди которых можно выделить два основных - уровень цены и качество продукции. При этом качество продукции постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции. Новейший подход к стратегии предпринимательства заключается в понимании того, что качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим снижения издержек производства.

Для анализа и оценки качества и конкурентоспособности продукции и услуг ООО «Правый берег» необходимо иметь представление о качественных изменениях в структуре производства. В табл. 16 представлены данные об

изменении объема производства и реализации продукции ООО «Правый берег» в натуральном выражении.

Таблица 16

Анализ динамики объема выпуска продукции ООО «Правый берег» за период 2014 - 2017 гг.¹⁵

Показатель	2014	2015	2016	2017
Объем реализации, шт.	14402	16943	26055	33864
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		2 541	9 112	7 809
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		17,65	80,92	135,14
Производство рекламной продукции: календари				
Объем реализации, шт.	5211	5106	5000	5211
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		- 106	106	211
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		-2,02	4,05	-
Производство рекламной продукции: магниты				
Объем реализации, шт.	2117	2500	2500	2117
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		383	0	-383
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		18,09	18,09	-
Производство рекламной продукции: шариковые ручки				
Объем реализации, шт.	1192	1200	1200	1175
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		8	-	-25
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		0,70	0,70	-1,40
Производство рекламной продукции: визитки				
Объем реализации, шт.	17521	10000	10000	17521
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		-7521	0	7521
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		42,93	-42,93	-
Производство рекламной продукции: буклеты				
Объем реализации, шт.	6930	7700	7000	7521
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		770	-700	521
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		11,11	1,01	8,53

¹⁵ Таблица составлена автором

Продолжение таблицы 16

Производство рекламной продукции: стенды				
Объем реализации, шт.	48	60	50	52
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		12	-10	2
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		25,00	4,17	8,33
Производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция				
Объем реализации, шт.	390	325	250	211
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		-65	-75	-39
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		-16,67	-35,90	-45,90
Услуги дизайна рекламных материалов				
Объем реализации, шт.	7	9	10	11
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		2	1	1
Относительное отклонение - темп прироста - базисный метод, %		25,00	38,89	52,78
Консультации по проведению рекламных акций				
Объем реализации, шт.	6	12	15	13
Абсолютное отклонение - цепной метод, шт.		6	3	-2

Как видно из таблицы, объем производства в разрезе отдельных товарных категорий не стабилен и в ряде случаев имеет тенденцию к снижению. Следовательно, назрела необходимость пересмотра товарной политики фирмы и системы планирования товарного ассортимента.

Проведем сравнительный анализ конкурентоспособности продукции ООО «Правый берег» на примере товарной категории «Шариковая ручка», объем реализации которой имеет тенденцию к сокращению (табл. 17).

По результатам проведенного исследования можно заключить, что изделие «Шариковая ручка», производимое ООО «Правый берег» в совокупности незначительно отстает от аналогичного изделия, производимого ООО «Звезда».

К параметрам, которые требуют доработки, относятся: «Качество письма по вертикальной поверхности», «Затраты на возобновление расходных материалов (стержень)».

Таблица 17

Анализ показателей конкурентоспособности продукции ООО «Правый берег» (на примере шариковой ручки)¹⁶

Показатель	ООО «Правый берег»	ООО «Звезда»	g_i	a_i	G
Технические параметры					0,99
Продолжительность письма (использования), мес.	6	7	0,86	0,45	0,39
Насыщенность цвета чернил, баллов	5	4,50	1,11	0,25	0,28
Качество письма по вертикальной поверхности, баллов	4	5	0,80	0,10	0,08
Качество письма при низких температурах, баллов	5	4	1,25	0,20	0,25
Экономические параметры					0,99
Цена, руб.	10	11	0,91	0,75	0,68
Затраты на возобновление расходных материалов (стержень), руб.	5	4	1,25	0,25	0,31

Далее для оценки качества выпускаемой продукции необходимо проанализировать уровень брака в объеме выпуска. Для этого построим табл. 18.

Таблица 18

Анализ уровня брака в объеме выпуска продукции ООО «Правый берег» за период 2014 - 2017 гг.¹⁷

Показатель / период	2014	2015	2016	2017
Объем реализации продукции, шт.	33455	26943	26055	33864
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	105	114	119	135
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,00	0,00	0,00	0,00
Производство рекламной продукции: календари				
Объем реализации продукции, шт.	5211,00	5105,50	5000,00	5211,00
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	16	22	27	24
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,00	0,00	0,01	0,00

¹⁶ Таблица составлена автором

¹⁷ То же

Продолжение таблицы 18

Производство рекламной продукции: магниты				
Объем реализации продукции, шт.	2117	2500	2500	2117
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	26	37	49	51
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,01	0,01	0,02	0,02
Производство рекламной продукции: шариковые ручки				
Объем реализации продукции, шт.	1192	1200	1200	1175
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	13	23	12	12
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,01	0,02	0,01	0,01
Производство рекламной продукции: визитки				
Объем реализации продукции, шт.	17521	10000	10000	17521
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	18	11	11	19
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,00	0,00	0,00	0,00
Производство рекламной продукции: буклеты				
Объем реализации продукции, шт.	6930	7700	7000	7521
Показатель / период	2012	2013	2014	2015
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	10	8	9	8
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,00	0,00	0,00	0,00
Производство рекламной продукции: стенды				
Объем реализации продукции, шт.	48	60	50	52
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	4	7	5	6
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,08	0,12	0,10	0,12
Производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция				
Объем реализации продукции, шт.	390	325	250	211
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	15	2	1	10
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,04	0,01	0,00	0,05
Услуги дизайна рекламных материалов				
Объем реализации продукции, шт.	7,2	9	10	11
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	1	2	1	3

Окончание таблицы 18

Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,14	0,22	0,10	0,27
Консультации по проведению рекламных акций				
Объем реализации продукции, шт.	6	12	15	13
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	1	1	2	1
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,17	0,08	0,13	0,08
Прочие услуги				
Объем реализации продукции, шт.	33	32	30	32
Количество заявлений об обнаружении брака, всего, шт.	1	1	2	1
Количество заявлений, приходящиеся на единицу продукции	0,03	0,03	0,07	0,03

По результатам проведенного исследования необходимо отметить общий прирост заявлений об обнаружении брака продукции (несоответствии качества продукции установленным и ожидаемым требованиям), что является негативным фактором в развитии финансово - хозяйственной (предпринимательской) деятельности производственного предприятия ООО «Правый берег».

Далее на основе метода экспертных оценок проведем сравнительный анализ конкурентоспособности ООО «Правый берег» и его основных конкурентов: «Папирус», «ЛиК», «Южный берег», «4-М Медиа», «Балтлед» (табл. 19).

По результатам проведенного исследования необходимо отметить, что ООО «Правый берег» имеет устойчивые конкурентные позиции среди основных конкурентов, что является, безусловно, положительным фактором внешней среды организации.

Тем не менее, по таким позициям, как загрузка предприятия и наличие дополнительных услуг ООО «Правый берег» резко проигрывает своим конкурентам – в первом случае это рекламное агентство «ЛиК», а во втором – рекламное агентство «Южный берег».

**Оценка уровня конкурентоспособности ООО «Правый берег» и его
основных конкурентов¹⁸**

Показатель / организация	Правый берег	Папирус	Южный берег	4-М Медиа	ЛиК	Балтлед
Местоположение	5	4	4	3	4	4
Уровень сервиса	5	2	3	3	5	3
Загрузка предприятия	2	3	2	3	5	3
Дизайн интерьера зоны обслуживания	5	5	3	3	4	4
Наличие оборудования для обслуживания маломобильных групп населения	5	1	2	3	5	3
Наличие дополнительных услуг	2	2	5	3	3	3
Качество дополнительных услуг	5	5	4	3	5	4
Проведение рекламных акций	5	4	4	4	5	4
Осуществление маркетинговых кампаний	5	3	3	5	4	4
Время обслуживания посетителей	4	2	4	4	2	3
ИТОГО	43	31	34	34	42	35

Важной составляющей конкурентоспособности фирмы является ее инновационная активность. От степени внедрения инноваций зависит не только финансовый результат ее деятельности, но и долгосрочные перспективы развития. В табл. 20 представлен анализ инновационной активности ООО «Правый берег».

На основании проведенного исследования инновационной деятельности ООО «Правый берег» необходимо отметить, что организация осуществляет организационно - экономические мероприятия, направленные на формирование и укрепление конкурентных преимуществ путем осуществления инновационной деятельности.

Значение показателя «Отношение Успешно внедрено инновационных проектов/инновационных проектов всего» стабильно и за весь исследуемый

¹⁸ Таблица составлена автором

период составляет 0,2, а показателя «Отношение Внедрено инновационных проектов/инновационных проектов всего» - 0,6.

Таблица 20

**Анализ инновационной активности предприятия ООО «Правый берег»
в период 2014-2017 гг.¹⁹**

Показатель / период	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Разработано инновационных проектов, всего	10	10	10	5
в т.ч. Маркетинговые инновации	2	5	3	2
Процессные (технологические) инновации	3	3	4	1
Продуктовые инновации	5	2	3	2
Внедрено инновационных проектов, всего	6	6	6	3
в т.ч. Маркетинговые инновации	1	3	2	1
Процессные (технологические) инновации	2	2	2	1
Продуктовые инновации	3	1	2	1
Отклонено инновационных проектов, всего	3	3	3	1
в т.ч. Маркетинговые инновации	1	1	1	
Процессные (технологические) инновации	1	1	1	
Продуктовые инновации	1	1	1	1
Отложено инновационных проектов, всего	1	1	1	1
в т.ч. Маркетинговые инновации		1		1
Процессные (технологические) инновации			1	
Продуктовые инновации	1			
Успешно внедрено инновационных проектов (положительный эффект), всего	2	2	2	1
в т.ч. Маркетинговые инновации	0	1	1	0
Процессные (технологические) инновации	1	1	0	1
Продуктовые инновации	1	0	1	0
Отношение «Внедрено инновационных проектов/инновационных проектов всего»	0,60	0,60	0,60	0,60
в т.ч. Маркетинговые инновации	0,50	0,60	0,67	0,50
Процессные (технологические) инновации	0,67	0,67	0,50	1,00
Продуктовые инновации	0,60	0,50	0,67	0,50
Отношение «Успешно внедрено инновационных проектов/инновационных проектов всего»	0,20	0,20	0,20	0,20
в т.ч. Маркетинговые инновации	-	0,20	0,33	-
Процессные (технологические) инновации	0,33	0,33	-	1,00
Продуктовые инновации	0,20	-	0,33	-

¹⁹ Таблица составлена автором

В рамках маркетинговых инноваций осуществляется совместная деятельность со многими предприятиями: например, при покупке тура у клиента ООО «Правый берег» - ООО «Туристическая фирма «Лето»» покупатель получает буклет, гарантирующий скидку 5% на услуги ООО «Правый берег», и, наоборот, при получении заказа в ООО «Правый берег» заказчик получает буклет, гарантирующий получение скидки в ООО «Туристическая фирма «Лето»».

В рамках технологических инноваций производится периодическая модернизация парка оборудования предприятия, ориентированная на повышение производительности и качества продукции, а также формирование возможности налаживания производства инновационной продукции, предполагаемого в рамках внедрения продуктовых инноваций.

В данной главе проведено исследование деятельности рекламного агентства ООО «Правый берег»: исследована его внешняя и внутренняя среда, проведена оценка и сравнительный анализ базовых финансовых, экономических, а также технико-экономических показателей деятельности организации. По результатам проведенного аналитического исследования сделаны выводы, определены сильные и слабые стороны деятельности базового предприятия исследования.

Проанализировано состояние внешней и внутренней среды рекламного агентства ООО «Правый берег», в т.ч. проведен анализ конкурентов, конкурентоспособности производимой ООО «Правый берег» рекламной продукции, инновационной активности базового предприятия исследования, изложены основы организации экономической безопасности предпринимательской финансово - хозяйственной деятельности базового предприятия данного исследования.

В рамках проведенного исследования выявлен общий прирост объема реализации продукции и услуг ООО «Правый берег» за 2017 год по сравнению с 2016 г., выявлено изменение структуры производимой (изготавливаемой) продукции и оказываемых услуг, проведен анализ качественного и

количественного состояния активной и пассивной части объектов основных средств ООО «Правый берег», проведена оценка уровня брака в производстве рекламного агентства ООО «Правый берег». Исследовано качественное и количественное состояние оборотного капитала (текущих активов) исследуемого предприятия, состояние и движение кадров, а также иные объекты анализа.

Глава 3 Разработка комплекса мероприятий по повышению эффективности системы управления финансовыми результатами рекламного агентства «Правый берег»

По результатам комплексного экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности производственного предприятия, специализирующегося на изготовлении рекламной продукции - коммерческой организации ООО «Правый берег» был сделан вывод о необходимости проведения организационно - экономических мероприятий, направленных на повышение значения показателя рентабельность продукции. Как правило, мероприятия, ориентированные на повышение значения показателей рентабельности имеют два направления: сокращение затрат и увеличение доходов. В рамках разрабатываемого проекта мероприятий предлагается ряд мероприятий, таких как: перевод части сервисных функций на аутсорсинг, организация участия ООО «Правый берег» в госзакупках, расширение номенклатуры услуг сервисного предприятия ООО «Правый берег», а именно производство и реализация жалюзи с индивидуальным дизайном.

Показатели рентабельности, в т.ч. показатель «Рентабельность услуг» неразрывно связаны с показателями прибыли, таким образом, стремясь к увеличению прибыли при сохранении или оптимизации структуры имущественных средств фирмы, затрат и доходов, происходит увеличение значения показателей рентабельности. Существуют различные способы увеличения прибыли от реализации продукции, основные из них: формирование дополнительных источников дохода, в т.ч. открытие новых рынков и каналов сбыта, расширение номенклатуры выпускаемой продукции, эффект масштаба производства.

Последний предполагает, что при увеличении объема производства, совокупная величина затрат организации, а также сумма затрат на единицу продукции сокращается, что связано с тем, что независимо от объема производства величина затрат организации, связанных с содержанием

административно - управленческого аппарата, и прочие непроизводственные расходы, остается постоянной. Мероприятия проекта, рассматриваемые в рамках данного исследования целесообразно изобразить схематически (рис. 2):



Рис. 2. Проект мероприятий по увеличению финансовых результатов ООО «Правый берег»

Далее целесообразно провести экономическое обоснование организационно - экономических мероприятий, направленных на повышение значение рентабельности услуг ООО «Правый берег».

В рамках предлагаемого проекта мероприятий предлагается сокращение части сотрудников организации ООО «Правый берег» и перевод части сервисных функций на аутсорсинг. Предлагается сократить таких сотрудников, как уборщица и маркетолог. Сокращение уборщицы целесообразно в силу того, что выполняемая ею работа не является каждодневной (уборка помещений осуществляется 2 раза в неделю), в силу, того, что уборщица получает заработную плату ниже рыночной, она выполняет должностные обязанности недобросовестно.

Также предлагается сокращение должности маркетолога и передача функции маркетинга сторонней организации. Целесообразность сокращения маркетолога обусловлено тем, что как показывает практика, для эффективной организации маркетинговой деятельности предприятия, качественного исследования рынка необходимо множество информации, находящейся в

платных закрытых базах, самостоятельное проведение маркетинговых исследований является трудоёмким и затратным мероприятием.

Таким образом, за счёт сокращения маркетолога ожидается сокращение коммерческих расходов ООО «Правый берег» на 5,83 тыс. руб. без учета расходов на оплату труда маркетолога, в т.ч. сокращение командировочных расходов составит 3 тыс. руб., сокращение прочих коммерческих расходов составит 2,83 тыс. руб.

Предлагается заключение договора на уборку помещений с клининговой фирмой ООО «Лидер Групп», затраты на услуги которой составят 80 тыс. руб. год. Полномочия маркетолога предлагается передать консалтинговой фирме ООО «Транс Бизнес Консалтинг-Юг», стоимость услуг которой по предварительному расчёту, проведенному сотрудниками фирмы, составляет 230 тыс. руб. год. На основании представленных данных можно составить финансовый план мероприятия по передаче части сервисных функций ООО «Правый берег» сторонней организации.

Ожидается, что внедрение рассматриваемого мероприятия повлечет за собой прирост объема реализации предприятия на 10%, что связано с тем, что выполнение функции маркетинга в ООО «Правый берег» будет осуществляться более высококвалифицированными специалистами, и маркетинговая деятельность рассматриваемого предприятия будет осуществляться более эффективно. Учет расходов по уборке помещений, согласно учетной политике ООО «Правый берег», осуществляется в составе управленческих расходов. По результатам проведенных расчётов можно провести оценку экономической эффективности предлагаемого к внедрению мероприятия.

Финансовый план мероприятия:

1. Затраты 2017 года в т.ч.:

- фонд оплаты труда уборщицы, тыс. руб./год - 168,00 тыс. руб.;
- страховые взносы, тыс. руб./год - 50,74 тыс. руб.;
- итого затрат - 218,74 тыс. руб.;
- прочие затраты на уборку помещений (инвентарь, моющие средства) -

22,00 тыс. руб.;

- всего затрат на уборку помещений - 240,74 тыс. руб.;
- фонд оплаты труда маркетолога- 276,00 тыс. руб.;
- страховые взносы, тыс. руб. - 83,35 тыс. руб.;
- командировочные расходы маркетолога - 3,00 тыс. руб.
- прочие коммерческие расходы, связанные с деятельностью маркетолога - 2,83 тыс. руб.;
- всего затрат на маркетинг - 365,18 тыс. руб.;
- всего затрат - 605,92 тыс. руб.

2. Прогноз затрат на 2018 г.:

- затраты на уборку помещений, тыс. руб. - 80,00 тыс. руб.;
- затраты на маркетинг, тыс. руб. - 230,00 тыс. руб.;
- выходное пособие маркетолога, тыс. руб. - 42,00 тыс. руб.;
- страховые взносы, тыс. руб. - 12,68 тыс. руб.;
- выходное пособие уборщицы, тыс. руб. - 69,00 тыс. руб.;
- страховые взносы, тыс. руб. - 20,84 тыс. руб.;
- итого затрат - 454,52 тыс. руб.;

Таким образом, экономия за счёт перевода сервисных функций на аутсорсинг составит 151,4 тыс. руб./год.

По результатам проведённого формирования финансового плана мероприятия была проведена оценка экономии, обусловленной переводом части сервисных функций предприятия на аутсорсинг. Величина экономии, обозначенная в приложении составляет 151,4 тыс. руб. (в т.ч. -70,9 тыс. руб. управленческих расходов и - 80,50 тыс. руб. коммерческих расходов) за счет внедрения рассматриваемого мероприятия ожидается сокращение численности персонала предприятия ООО «Правый берег» на 2 чел., прирост выручки от реализации продукции составит 591,82 тыс. руб., а переменных расходов (себестоимость) - 246,87 тыс. руб., в т.ч. затраты на основные материалы 72,29 тыс. руб., вспомогательные материалы - 44,12 тыс. руб., затраты на энергию -

4,39 тыс. руб., затраты на оплату труда основного персонала 84,99 тыс. руб., страховые взносы 25,67 тыс. руб. (табл. 21).

Таблица 21

Расчет экономического эффекта от предложенного мероприятия²⁰

Показатель	2017 г.	Мероприятие	2018 г.
Объем реализации продукции (работ, товаров, услуг) (без НДС), тыс. руб.	5918,20	591,82	6510,02
Себестоимость, тыс. руб.	2468,69	246,87	2715,55
Валовая прибыль, тыс. руб.	3449,52	344,95	3794,47
Управленческие расходы, тыс. руб.	1731,72	-70,90	1660,82
Коммерческие расходы, тыс. руб.	333,93	-80,50	253,43
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1383,87	193,56	1880,22
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1383,87	193,56	1880,22
Налог на прибыль, тыс. руб.	276,77	38,71	376,04
Чистая прибыль, тыс. руб.	1107,10	154,84	1504,17

По результатам проведенных расчётов можно заключить, что мероприятие, предложенное в рамках проекта, является эффективным, т.к. влечёт за собой повышение эффективности деятельности ООО «Правый берег».

В первую очередь, необходимо отметить, что за счёт внедрения предложенного мероприятия ожидается прирост значения показателя рентабельность услуг, что является свидетельством того, что сущность мероприятия удовлетворят целям проекта мероприятий. Также за счёт внедрения мероприятия «Перевод части сервисных функций на аутсорсинг» ожидается улучшение значений ряда показателей: наблюдается сокращение порога рентабельности (точки безубыточности), что говорит о том, что структура доходов и затрат ООО «Правый берег» в 2018 году может сложиться таким образом, что предприятие достигнет безубыточности при меньшем объеме производства и реализации, чем в 2017 году.

²⁰ Таблица составлена автором

В целом необходимо отметить, что внедрение рассматриваемого мероприятия влечёт за собой прирост значения прибыли от реализации, что повлекло за собой прирост значения всех показателей рентабельности. На основании сказанного можно заключить, что рассмотренное мероприятие актуально и целесообразно внедрить в рамках ООО «Правый берег».

На современном этапе развития рыночных отношений особенную актуальность приобретает участие организаций и предприятий в аукционных торгах, связанных с реализацией программ государственных закупок. В соответствии с Федеральным законом №44-ФЗ бюджетные учреждения должны осуществлять приобретение товаров, работ и услуг посредством осуществления аукционных торгов. ООО «Правый берег» имеет достаточно широкие возможности для осуществления коммерческой деятельности на указанном рынке.

Потенциальными потребителями продукции ООО «Правый берег» выступают: администрации муниципальных образований, учреждения здравоохранения и образовательные учреждения. Указанные потенциальные потребители, как правило, заинтересованы в заказе и последующем распространении сувенирной продукции, буклетов с содержанием рекламы, в т.ч. социальной. За счет реализации мероприятия ожидается следующий прирост объема производства и реализации продукции по номенклатуре ООО «Правый берег»:

- производство рекламной продукции: календари (10% от объема реализации 2017 года, составляющего 3305,09 тыс. руб.) – 330,51 тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: магниты (5% от объема реализации 2017 года, составляющего 706,74 тыс. руб.) - 35,34 тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: шариковые ручки (10% от объема реализации 2017 года, составляющего 104,27 тыс. руб.) - 330,51 тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: визитки (15% от объема реализации 2017 года, составляющего 580,86 тыс. руб.) - 15,64 тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: буклеты (20% от объема реализации

2017 года, составляющего 255,69 тыс. руб.) - 116,17 тыс. руб.;

- производство рекламной продукции: стенды (25% от объема реализации 2017 года, составляющего 171,98 тыс. руб.) - 63,92 тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция (10% от объема реализации 2017 года, составляющего 561,24 тыс. руб.) - 56,12 тыс. руб.;
- услуги дизайна рекламных материалов (5% от объема реализации 2017 года, составляющего 46,26 тыс. руб.) - 2,31 тыс. руб.

Не ожидается прирост объема реализации по таким видам услуг как: услуги по проведению рекламных кампаний и прочие услуги, объем реализации по данным видам услуг по данным 2017 года составляет 44,16 и 141,90 тыс. руб. соответственно.

Общий прирост объема реализации составит 663,02 тыс. руб.

На основании представленных данных можно заключить, что прирост объема реализации ООО «Правый берег» составит 663,02 тыс. руб. в 2018 году по сравнению с 2017 годом за счёт участия в государственных закупках.

Согласно данным учётных регистров бухгалтерского учета ООО «Правый берег» и планового прироста объема реализации продукции можно определить прирост переменных расходов, связанных с приростом объема производства и реализации, связанного с внедрением рассматриваемого мероприятия. Оценка прироста переменных затрат за счёт реализации мероприятия:

- производство рекламной продукции: календари (10% от себестоимости 2017 года, составляющей 1378,67 тыс. руб.) - 137,87 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит $1378,67 + 137,87 = 1516,53$ тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: магниты (5% от себестоимости 2017 года, составляющей 294,8 тыс. руб.) - 14,74 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит $294,8 + 14,74 = 309,54$ тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: шариковые ручки (10% от себестоимости 2017 года, составляющей 43,5 тыс. руб.) - 6,52 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит $43,5 + 6,52 = 50,02$ тыс. руб.;

- производство рекламной продукции: визитки (15% от себестоимости 2017 года, составляющей 242,30 тыс. руб.) - 48,46 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит $242,30+48,46=290,76$ тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: буклеты (20% от себестоимости 2017 года, составляющей 106,66 тыс. руб.) - 26,66 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит $106,66+26,66=133,32$ тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: стенды (25% от себестоимости 2017 года, составляющей 71,74 тыс. руб.) - 17,93 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит $71,74+17,93=89,67$ тыс. руб.;
- производство рекламной продукции: прочая рекламная продукция (10% от себестоимости 2017 года, составляющей 234,11 тыс. руб.) - 23,41 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит 257,52 тыс. руб.;
- услуги дизайна рекламных материалов (5% от себестоимости 2017 года, составляющей 19,30 тыс. руб.) - 0,96 тыс. руб., в 2018 себестоимость году составит 20,26 тыс. руб.

Не ожидается прирост себестоимости по таким видам услуг как: услуги по проведению рекламных кампаний и прочие услуги, себестоимости данных видов услуг по данным 2017 года составляет 18,42 и 59,19 тыс. руб. соответственно.

Общий прирост себестоимости за счёт внедрения мероприятия составит 276,57 тыс. руб., значение себестоимости в 2018 году с учетом внедрения данного мероприятия составит $2468,69+276,57=2745,25$ тыс. руб.

Прирост указанных затрат будет пропорционален приросту объема реализации по каждой номенклатурной группе продукции, что связано с тем, что указанные затраты непосредственно связаны с изменением объема производства предприятия. Согласно представленному расчету прирост величины переменных затрат составит 276,57 тыс. руб.

В отношении организационных вопросов осуществления рассматриваемого мероприятия, необходимо отметить, что работы по организации участия в конкурсах государственных закупок будут

осуществляться менеджером по продажам, дополнительный найм сотрудников мероприятием не предполагается. За расширение должностных обязанностей менеджеру будет установлен надбавка к окладу в сумме 1,5 тыс. руб./мес.

Осуществление торгов будет проводиться на торговой площадке «Сбербанк - АСТ», стоимость годового участия в торгах для субъектов малого предпринимательства составляет 5 тыс. руб./год. Таким образом, можно провести оценку экономической эффективности разработанного мероприятия (табл. 22).

Таблица 22

Расчет экономического эффекта от предложенного мероприятия ²¹

Показатель	2017 г.	Мероприятие	2018 г.
Объем реализации тыс. руб.	5918,20	663,02	6581,22
Себестоимость, тыс. руб.	2468,69	276,57	2745,25
Валовая прибыль, тыс. руб.	3449,52	386,45	3835,97
Управленческие расходы, тыс. руб.	1731,72		1731,72
Коммерческие расходы, тыс. руб.	333,93	28,44	362,37
в т.ч. взнос за участие в торгах		5,00	5,00
заработная плата менеджера по продажам		18,00	18,00
страховые взносы		5,44	5,44
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1383,87	358,01	1741,88
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1383,87	358,01	1741,88
Налог на прибыль, тыс. руб.	276,77	71,60	348,38
Чистая прибыль, тыс. руб.	1107,10	286,41	1393,51

За счет прироста объема реализации и производства продукции ООО «Правый берег» ожидается увеличение прямых переменных затрат, в т.ч.: затраты на основные материалы 80,96 тыс. руб., энергетические затраты - 4,91 тыс. руб., вспомогательные материалы - 49,41 тыс. руб., затраты на оплату труда основного персонала 95,24 тыс. руб., страховые взносы 28,77 тыс. руб.

По результатам проведенной оценки экономической эффективности

²¹ Таблица составлена автором

мероприятия, направленного на повышение рентабельности услуг ООО «Правый берег» путём организации участия рассматриваемого предприятия в аукционных торгах, связанных с осуществлением бюджетными учреждениями закупок продукции и услуг можно сделать ряд выводов.

Мероприятие является экономически эффективным в силу того, что за счёт его внедрения в организации ООО «Правый берег» ожидается прирост показателей рентабельности, что является положительным моментом в развитии деятельности исследуемого предприятия, а также целью разрабатываемого проекта мероприятий.

На современном этапе развития рыночных отношений особенную актуальность приобретает развитие рынка жалюзи, указанное изделие является стильным, практичным, может украсить не только офисное, но и также жилое помещение. На современном этапе развития рынка указанных изделий, необходимо отметить снижение спроса, что связано с тем, что рынок насыщен однотипными стандартными изделиями. В рамках рассматриваемого мероприятия предлагается внедрения такой товарной новинки, как «Жалюзи, выполненные по индивидуальному дизайну».

Для организации указанного мероприятия возникает необходимость в заключении договора аренды на производственное помещение площадью 35 кв.м. Стоимость аренды составляет 0,1 тыс. руб./кв.м./мес., таким образом годовые затраты по аренде составят 42 тыс. руб./год. Помещение не требует дополнительных затрат на косметический, капитальный и прочий ремонт, стоимость коммунальных услуг составляет 15 тыс. руб./год.

Необходимо осуществить наем 2 рабочих, занятых производством жалюзи. Величина устанавливаемого оклада составляет 13 тыс. руб. (Годовой фонд оплаты труда составит $2 \cdot 13 \cdot 12 = 312$ тыс. руб./год, страховые взносы составят $312 \cdot 30\% = 93,6$ тыс. руб./год). Работы по индивидуальному дизайну жалюзи будет осуществлять дизайнер ООО «Правый берег», в связи с увеличением его должностных обязанностей, ему будет установлена надбавка к окладу в сумме 15 тыс. руб./год.

Для осуществления производства жалюзи необходимо приобретения оборудования, номенклатура которого представлена ниже:

1. Машинка для перемотки ткани: стоимость закупки - 56,25 тыс. руб.
2. Автоматический станок для изготовления вертикальных тканевых ламелей: стоимость закупки - 56,25 тыс. руб.
3. Пробойник для пластика: стоимость закупки - 22,50 тыс. руб.
4. Полуавтоматические пресс-ножницы для ткани: стоимость закупки - 22,50 тыс. руб.
5. Пробойник - клепатель для мультифактурных жалюзи: стоимость закупки - 22,50 тыс. руб.
6. Пресс отрезной мультифактурный для пластика и алюминия РП-М-055: стоимость закупки - 45,00 тыс. руб.
7. Пресс отрезной для пластика и алюминия РП-ПА-044: стоимость закупки - 45,00 тыс. руб.
8. Комплект ножей для пресс-ножниц: стоимость закупки - 16,88 тыс. руб.

Согласно представленным данным закупочная стоимость оборудования составит 286,88 тыс. руб.

Реализация мероприятия предполагает осуществление инвестиций в материальные запасы в соответствии с бюджетом:

1. Алюминий - 2 тн.*150 тыс. руб./тн.. = 300 тыс. руб.
2. Пластик - 1 тн.*30 тыс. руб./тн.. = 30 тыс. руб.
3. Ткань - 0,5 тн.*15 тыс. руб./тн.. = 7,50 тыс. руб.
4. Краска - 0,25 тн.*40 тыс. руб./тн.. = 10 тыс. руб.

Согласно представленной смете величина инвестиций в расширение остатков запасов предприятия ООО «Правый берег» составит 347,5 тыс. руб. Общая величина инвестиционных затрат составляет $286,88+347,5=634,38$ тыс. руб.

На основании представленных данных и расчётов можно определить себестоимость и цену реализации производимой продукции. Согласно представленным данным: амортизационные отчисления при сроке полезного

использования оборудования продолжительностью 10 лет, составят $286,88/10=28,68$ тыс. руб./год. Затраты на оплату труда $15+312=327$ тыс. руб./год; страховые взносы $327*30\% = 98,785$ тыс. руб./год; Аренда помещений 42 тыс. руб./год; Коммунальные услуги 15 тыс. руб./год, в т.ч. электроэнергия 5 тыс. руб./год., Затраты сырья и материалов 347,5 тыс. руб./год. ИТОГО ЗАТРАТ $28,68+327+98,785+42+15+347,5=858,94$ тыс. руб. / год.

Производственная мощность оборудования составляет 2000 кв. м./год.

Себестоимость производства одного квадратного метра готовой продукции = $858,94/2000=0,43$ тыс. руб./год.

Процент плановой прибыли составляет 50%, таким образом, отпускная цена составит $0,43+0,43*50\%=0,64$. При указанной цене реализации выручка от реализации составит $0,64*2000=1288,41$ тыс. руб./год.

На основании представленных данных можно произвести оценку экономической эффективности мероприятия (табл. 23). Величина капитальных вложений по мероприятию составит 634,38 тыс. руб., в т.ч. инвестиции в основные средства 286,88 тыс. руб., оборотные активы (запасы) 347,50 тыс. руб.

Таблица 23

Расчет экономического эффекта от предложенного мероприятия ²²

Показатель	2017 г.	Мероприятие	2018 г.
Объем реализации продукции (работ, товаров, услуг) (без НДС), тыс. руб.	5918,20	1287,43	7205,63
Себестоимость продукции (товаров, работ, услуг), тыс. руб.	2468,69	858,29	3326,97
Валовая прибыль, тыс. руб.	3449,52	429,14	3878,66
Управленческие расходы, тыс. руб.	1731,72		1731,72
Коммерческие расходы, тыс. руб.	333,93		333,93
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1383,87	429,14	1813,01
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1383,87	429,14	1813,01
Налог на прибыль, тыс. руб.	276,77	85,83	362,60
Чистая прибыль, тыс. руб.	1107,09	343,32	1450,41

²² Таблица составлена автором

Прирост чистой прибыли за счёт реализации мероприятия составляет 343,32. Срок реализации проекта составляет 5 лет. Прирост прибыли за весь период реализации составляет 343,32 тыс. руб. * 5 = 1716,6 тыс. руб.; Срок окупаемости инвестиций составляет $634,38/343,32=1,84$ года; Индекс рентабельности инвестиций составляет $1717,16/634,38=2,7$; Чистый доход от реализации мероприятия составляет $1717,16-634,38=82,78$ тыс. руб.

По результатам проведенных расчётов можно заключить, что мероприятие является экономически эффективным в силу того, что за счёт его внедрения наблюдается прирост значения показателей рентабельности, однако необходимо отметить незначительное сокращение значения показателя «Рентабельность услуг», что связано со значительным приростом затрат ООО «Правый берег», в т.ч. постоянных, что вызвано проведением значительных инвестиций в создание производственного цеха.

Основные показатели мероприятий, составляющих проект, ориентированный на повышение рентабельности услуг ООО «Правый берег» можно обобщить в табл. 24.

Таблица 24

Сводная таблица предложенных мероприятий²³

Наименование мероприятия	Изменение объема реализации, тыс. руб.	Изменение расходов, тыс. руб.	Изменение чистой прибыли, тыс. руб.	Капитальные вложения, тыс.руб.	Срок окупаемости, лет.
Перевод части сервисных функций на аутсорсинг	591,82	246,87	154,84		
Участие в госзакупках	663,02	276,57	286,41		
Расширение номенклатуры услуг	1 287,43	858,29	343,32	634,38	1,85
ИТОГО	2 542,27	1 381,72	784,57	634,38	0,81

Обобщая данные об экономическом эффекте, формируемом мероприятиями проекта можно заключить, что за счёт внедрения предлагаемого проекта мероприятия общий прирост объема реализации ООО

²³ Таблица составлена автором

«Правый берег» на 2542,27тыс. руб., ожидается прирост затрат на 784,57 тыс. руб., прирост прибыли составит 784,57 тыс. руб.

На основании данных, представленных в рамках экономического обоснования проекта мероприятий можно оценить совокупный экономический эффект и показатели эффективности внедрения проекта мероприятий (табл. 25).

На основании представленных данных можно провести оценку технико-экономической и финансовой эффективности от внедрения проекта мероприятий, ориентированных на повышение рентабельности услуг ООО «Правый берег».

Таблица 25

Оценка плановых экономических и финансовых показателей от внедрения предложенных мероприятий ²⁴

Показатель	Период / мероприятие				2018 г.
	2017 г.	Мероприятие 1	Мероприятие 2	Мероприятие 3	
Объем реализации продукции (работ, товаров ,услуг) (без НДС), тыс. руб.	5918,20	591,82	663,02	1287,43	8460,47
Себестоимость продукции (товаров, работ, услуг), тыс. руб.	2468,69	246,87	276,57	858,29	3850,41
Основные материалы	800,00	87,70	98,24	347,50	1333,44
Вспомогательные материалы	441,16	44,12	49,41		534,68
Энергетические затраты	43,86	4,39	4,91	5,00	58,16
Заработная плата	434,82	84,99	95,24	327,00	942,06
Страховые взносы	131,32	25,67	28,77	98,10	283,86
Амортизационные отчисления	540,43	0,0	0,0	28,69	569,11
Аренда помещений		0,0	0,0	42,00	42,00
Коммунальные услуги	77,11	0,0	0,0	10,00	87,11
Валовая прибыль, тыс. руб.	3449,52	344,95	386,45	429,14	4610,06
Управленческие расходы, тыс. руб.	1731,72	-70,90	0,0	0,0	1660,82

²⁴ Таблица составлена автором

Продолжение таблицы 25

Коммерческие расходы, тыс. руб.	333,93	-80,50	28,44	0,0	281,87
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1383,87	193,56	358,01	429,14	2667,37
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1383,87	193,56	358,01	429,14	2667,37
Налог на прибыль, тыс. руб.	276,77	38,71	71,60	85,83	533,47
Чистая прибыль, тыс. руб.	1107,09	154,84	286,41	343,32	2133,90
Основные материалы	800,00	87,70	98,24	347,50	1333,44
Среднегодовой остаток оборотных активов, тыс. руб.	1338,00	-22,00	0,0	347,50	1663,50
Среднегодовой остаток основных средств (фондов), тыс. руб.	22649,79	0,0	0,0	286,88	22936,66
Численность работников, чел.	18,00	-2,00	0,0	0,0	16,00
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	1982,82	-248,01	95,24	327,00	2157,06

По результатам проведенной оценки прогнозной экономической эффективности деятельности ООО «Правый берег» можно заключить, что в целом за счёт внедрения проекта мероприятий, ориентированных на повышение рентабельности услуг ООО «Правый берег» ожидается общее повышение экономической и социальной эффективности деятельности базового предприятия исследования.

На основании проведенных расчётов необходимо, в первую очередь, отметить, что внедрение разработанного проекта мероприятий влечёт за собой достижение цели исследования, а именно: ожидается увеличение значения показателя «Рентабельность услуг».

Абсолютный прирост показателя составляет 10,57%, темп прироста 23,58%, т.е. за счет внедрения предложенных мероприятий ожидается увеличения значения целевого показателя на 23,58% в 2018 году по отношению к данным 2017 года (табл. 26).

Оценка экономического эффекта от внедрения предложенных мероприятий²⁵

Показатель	Период / мероприятие		Темп прироста
	2017 г.	2018 г.	
Объем реализации продукции (работ, товаров, услуг) (без НДС), тыс. руб.	5918,20	8460,47	42,96
Себестоимость продукции (товаров, работ, услуг), тыс. руб.	2468,69	3850,41	55,97
Валовая прибыль, тыс. руб.	3449,52	4610,06	33,64
Управленческие расходы, тыс. руб.	1731,72	1660,82	-4,09
Коммерческие расходы, тыс. руб.	333,93	281,87	-15,59
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1383,87	2667,37	92,75
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1383,87	2667,37	92,75
Налог на прибыль, тыс. руб.	276,77	533,47	92,75
Чистая прибыль, тыс. руб.	1107,09	2133,90	92,75
Рентабельность продукции (услуг),%	44,85	55,42	23,58
Расчетная рентабельность, %	24,42	36,84	50,87
Численность работников, чел.	18,00	16,00	-11,11
Выработка продукции, тыс. руб./чел.	328,79	528,78	60,83
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	1982,82	2157,06	8,79
Средняя заработная плата работника, тыс. руб./год	110,16	134,82	22,39
Себестоимость продукции на 1 руб. объема реализации, руб./руб.	0,77	0,68	-10,63
Планируемые инвестиции, тыс. руб.	X	634,38	X
Срок окупаемости инвестиций, лет	X	0,81	X
Планируемый срок действия проекта, лет	X	3	X
Экономический эффект, тыс. руб.	X	2353,71	X

Помимо указанного показателя ожидается увеличение значения расчетной рентабельности (прирост 50,87%) и других показателей. Ожидается прирост выработки продукции: абсолютное отклонение показателя составляет 199,99 тыс. руб. (темп прироста 60,83% в 2018 году по отношению к 2017 г.).

²⁵ Таблица составлена автором

Заключение

Актуальность проблемы исследования обуславливается тем, что прибыль предприятия является одним из факторов развития финансово - хозяйственной деятельности. На современном этапе развития социально - экономических отношений стало принято говорить об оптимизации прибыли, а не о её максимизации, как было принято ранее. Оптимизация величины чистой прибыли предприятия предполагает, что предприятие получит в плановом периоде величину прибыли достаточную для дальнейшего развития деятельности. Предприниматели, избравшие в качестве цели финансово - хозяйственной деятельности получение максимально - возможной величины прибыли, достигая этого любой ценой, как правило, терпят неудачи, что связано с тем, что при указанном настрое предприниматели начинают экономить на материалах, заработной плате, что, в конечном счете, отрицательно сказывается на качестве продукции, её конкурентоспособности, а также конкурентоспособности самого предприятия, что, в конечном счете, становится барьером для устойчивого стратегического развития.

В данном исследовании на основании изученных научно - теоретических основ исследуемой проблематики, а также проведенного комплексного экономического анализа финансово - хозяйственной деятельности базового предприятия исследования - ООО «Правый берег», проведена разработка, технико-экономического обоснование, а также оценка экономической эффективности проекта мероприятий, ориентированных на увеличение прибыли базового предприятия исследования.

По результатам проведенного аналитического исследования заключающегося в проведении комплексного экономического анализа финансового положения и технико-экономического состояния базового предприятия проекта - рекламно - производственного предприятия ООО «Правый берег» был сделан ряд **выводов**.

Определен уровень брака в производстве и конкурентоспособности

производимой базовым предприятием исследования продукции, оценена конкурентоспособность ООО «Правый берег», его организационно - штатная линейно - функциональная структура.

Оценена динамика затрат, в т.ч. постоянных и переменных расходов, исследована эффективность управления трудовыми ресурсами предприятия, оборотными (текущими) активами, основными производственными средствами (фондами), определена эффективность материально - технического снабжения.

На основании проведенного аналитического исследования **предложен** проект, состоящий из трех организационно - экономических мероприятий, ориентированных на укрепление финансового состояния (положения) базового предприятия исследование путём увеличения положительного финансового результата деятельности исследуемого хозяйствующего субъекта - рекламно - производственного предприятия ООО «Правый берег».

Предлагаемый проект, включает в себя три мероприятия, направленные на увеличение доходов, сокращение расходов, а также достижения эффекта масштаба производства. Мероприятия, предложенные в рамках данного проекта, направлены на участие ООО «Правый берег» в аукционах, связанных с проведением государственных закупок, расширение номенклатуры услуг, перевод части сервисных функций ООО «Правый берег» на аутсорсинг.

За счёт внедрения предлагаемого проекта мероприятий ожидается сокращение накладных расходов, в т.ч. сокращение коммерческих расходов составляет 52,06 тыс. руб., управленческих 70,9 тыс. руб. Прирост объема продаж составляет 42,96% по отношению к 2017 году, а валовой прибыли 33,64%, также наблюдается увеличение чистой прибыли ООО «Правый берег», составляющее 1026,80 тыс. руб. Также необходимо отметить, что за счёт внедрения проекта мероприятий ожидается прирост среднегодовой выработки продукции на 199,99 тыс. руб./ чел., что на 60,83% больше, чем в 2017 году.

Список использованной литературы

1. Бараненко С.П. Финансовый менеджмент: учеб. - методический комплекс / С.П. Бараненко, М.Н. Дудин и др. - М.: Элит, 2012. - 302 с.
2. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент: учеб. / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
3. Бригхэм Ю.Ф. Финансовый менеджмент: Экспресс-курс / Ю.Ф. Бригхэм. - СПб.: Питер, 2013. - 592 с.
4. Варламова Т.П. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. - М.: Дашков и К, 2015. - 304 с.
5. Воронина М.В. Финансовый менеджмент: учеб. для бакалавров / М.В. Воронина. - М.: Дашков и К, 2016. - 400 с.
6. Гаврилова А.Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов. - М.: КноРус, 2013. - 432 с.
7. Екимова К.В. Финансовый менеджмент: учеб. для прикладного бакалавриата / К.В. Екимова, И.П. Савельева, К.В. Кардапольцев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 381 с.
8. Зайков В.П. Финансовый менеджмент: теория, стратегия, организация / В.П. Зайков, Е.Д. Селезнёва, А.В. Харсеева. - М.: Вузовская книга, 2016. - 340 с.
9. Ионова Ю.Г. Финансовый менеджмент / Ю.Г. Ионова. - М.: МФПУ Синергия, 2015. - 288 с.
10. Кандрашина Е.А. Финансовый менеджмент: учеб. для бакалавров / Е.А. Кандрашина. - М.: Дашков и К, 2015. - 220 с.
11. Кибанова А.Я. Финансовый менеджмент (для бакалавров) / А.Я. Кибанова. - М.: КноРус, 2012. - 480 с.
12. Кириченко Т.В. Финансовый менеджмент: учеб. / Т.В. Кириченко. - М.: Дашков и К, 2016. - 484 с.
13. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика / В.В. Ковалев. - М.: Проспект, 2015. - 1104 с.

14. Кокин А.С. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / А.С. Кокин, В.Н. Ясенев. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 511 с.
15. Левитан К.М. Финансовый менеджмент / К.М. Левитан. - М.: КноРус, 2013. - 208 с.
16. Лысенко Д.В. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Д.В. Лысенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 372 с.
17. Масалова О.Ю. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование (для бакалавров) / О.Ю. Масалова. - М.: КноРус, 2013. - 232 с.
18. Незамайкин В.Н. Финансовый менеджмент: учеб. для бакалавров / В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 467 с.
19. Плахова Л.В. Финансовый менеджмент. Математические основы. Краткосрочная финансовая политика (для бакалавров) / Л.В. Плахова, Т.М. Анурина. - М.: КноРус, 2013. - 304 с.
20. Рогова Е.М. Финансовый менеджмент: учеб. и практикум для академического бакалавриата / Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 540 с.
21. Самылин А.И. Финансовый менеджмент: учеб. / А.И. Самылин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 413 с.
22. Сидоркина И.Г. Финансовый менеджмент / И.Г. Сидоркина. - М.: КноРус, 2013. - 448 с.
23. Сироткин С.А. Финансовый менеджмент на предприятии: учеб. / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 351 с.
24. Трофимова Т.И. Финансовый менеджмент (для бакалавров) / Т.И. Трофимова. - М.: КноРус, 2013. - 656 с.
25. Трошин А.Н. Финансовый менеджмент: учеб. / А.Н. Трошин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 331 с.
26. Турманидзе Т.У. Финансовый менеджмент: учеб. / Т.У. Турманидзе, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ, 2017. - 247 с.
27. Филатова Т.В. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Т.В. Филатова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 236 с.