

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

На тему Анализ прибыли предприятия

Исполнитель Ровшанов Байраммурад Мурадович

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат исторических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Арапов Сергей Васильевич

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»  
Заведующий кафедрой

  
(подпись)

Доктор экономических наук, профессор

(ученая степень, ученое звание)

Курочкина Анна Александровна

(фамилия, имя, отчество)

«5» июля 2019г.

Санкт-Петербург 2019

## Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические и методические основы анализа прибыли предприятия.....	5
1.1 Экономическое содержание прибыли, виды прибыли.....	5
1.2 Факторы, влияющие на прибыль предприятия.....	8
1.3 Методы анализа прибыли предприятия.....	12
Глава 2. Анализ финансово-экономических показателей и анализ прибыли предприятия «Виразж».....	16
2.1 Общая характеристика предприятия «Виразж».....	16
2.2 Анализ технико-экономических показателей предприятия «Виразж»...	23
2.3 Анализ прибыли предприятия «Виразж».....	33
Глава 3. Разработка мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж».....	41
3.1 Мероприятия по увеличению прибыли предприятия «Виразж».....	41
3.2 Оценка эффективности мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж».....	55
Заключение .....	60
Список литературы .....	65

## Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что прибыль является важнейшим компонентом деятельности любого предприятия или организации. Прибыль предприятия является денежным выражением накоплений, которые создаются предприятием в ходе производственной и хозяйственной деятельности. Экономическое содержание прибыли заключается в том, что прибыль характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Следовательно, прибыль является показателем, который наиболее полно отражает эффективность или не эффективность деятельности предприятия. Увеличение прибыли предприятия будет способствовать повышению не только эффективности деятельности предприятия, но и финансовой устойчивости в жестких рыночных условиях в долгосрочной перспективе. Снижение прибыли, наоборот может вызывать снижение финансовой устойчивости и привести к несостоятельности предприятия и снижению конкурентоспособности.

В самом общем виде прибыль понимается как комплексное явление, включающем множество взаимосвязанных этапов и компонентов.

Прибыль, как комплексное экономическое явление, включает в себя все финансовые цели и задачи предприятия. Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход субъекта предпринимательской деятельности (предприятия или организации), который был создан в сфере материального производства в процессе хозяйственной деятельности.

Прибыль является финансовым результатом всей хозяйственной деятельности предприятия и на получение прибыли направлено стратегическое и тактическое планирование деятельности предприятия.

На формирование и распределение прибыли оказывают влияние множества факторов, как внешних, так и внутренних, и именно анализ данных факторов позволяет разработать эффективные методы увеличения прибыли.

Важно понимать, что разработка мероприятий по увеличению прибыли невозможна без полноценного анализа всех компонентов прибыли предприятия. В самом общем виде прибыль предприятия представляет собой разницу между доходами и расходами предприятия, разницу между выручкой от реализации (продукции и услуг) и себестоимостью.

Сложность анализа экономического содержания прибыли заключается в том, что финансовый результат деятельности предприятия включает в себя валовую прибыль, прибыль от реализации, прибыль до налогообложения и чистую прибыль. Необходим анализ всех видов прибыли для разработки мероприятий по увеличению прибыли в практической деятельности.

Такой подход особенно актуален в практической деятельности предприятия, когда проведенный анализ будет способствовать разработке эффективных практических путей увеличения прибыли.

Цель работы – провести анализ прибыли предприятия и предложить мероприятия по ее увеличению на примере предприятия ООО «Виразж».

Задачи работы:

- 1) Провести обзор теоретических основ анализа прибыли и экономического содержания прибыли.
- 2) Провести анализ прибыли предприятия «Виразж» за период 2017-2018 годы.
- 3) Предложить разработку мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж».
- 4) Оценить эффективность предложенных мероприятий по увеличению прибыли для предприятия «Виразж».

Объект исследования – предприятие «Виразж».

Предмет исследования – анализ и пути увеличения прибыли предприятия «Виразж».

# **Глава 1. Теоретические и методические основы анализа прибыли предприятия**

## **1.1 Экономическое содержание прибыли, виды прибыли**

Прибыль предприятия представляет собой разницу между доходами и расходами предприятия, разницу между выручкой от реализации (продукции и услуг) и себестоимостью. Однако данное определение является общим.

Необходимо отметить, что экономическое содержание прибыли понимается учеными по-разному. В целом прибыль понимается как превращенная форма прибавочной стоимости. Учет прибыли предприятия позволяет установить, насколько эффективно ведется хозяйственная деятельность предприятия или организации [13, с.78].

Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход субъекта предпринимательской деятельности, который был создан в сфере материального производства в процессе хозяйственной деятельности.

Другими словами, прибыль является финансовым результатом всей хозяйственной и экономической деятельности предприятия [12, с.92].

Очевидно, что самая простая формула определения прибыли, заключается в различии между доходами предприятия и расходам предприятия. Однако, как уже было отмечено ранее, такой подход является упрощенным. В экономической теории выделяется несколько видов прибыли, каждый из которых имеет собственные характеристики.

В частности, разница между доходами и расходами считается операционной (валовой) прибылью предприятия. Для выявления валовой (операционной) прибыли необходимо сопоставить выручку предприятия с затратами на производство и реализацию продукции, то есть себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении предприятием прибыли [14, 102].

Когда затраты (расходы, издержки, себестоимость) превышают выручку, предприятие получает убытки, получается отрицательный финансовый результат, что негативно отражается на деятельности предприятия и в долгосрочной перспективе может привести к банкротству. При этом даже получение положительной валовой прибыли еще не означает эффективности деятельности предприятия или организации.

Операционная прибыль включает в себя управленческие и коммерческие расходы, после вычета которых образуется прибыль от продаж (прибыль от реализации) продукции или услуг [10, с. 134]

Прибыль от реализации продукции или услуг определяется как разница между выручкой от реализации и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции [20, с.122].

Далее прибыль от реализации включает в себя проценты к уплате и проценты к получению, также прочие доходы и прочие расходы. После вычета статей расходов и прибавления статей доходов получается прибыль до налогообложения. Данный вид прибыли в более полной мере характеризует эффективность деятельности предприятия. Речь идет о том, что прибыль до налогообложения может превысить и валовую (операционную) прибыль в том случае, если прочие доходы предприятия будут существенными.

Можно четко увидеть, что валовый доход не является определяющим, предприятие может получать доходы от других видов деятельности (не только от реализации продукции или услуг) и доходы от прочих видов деятельности могут повысить прибыль до налогообложения [14, с.116].

Согласно самому названию прибыль до налогообложения включает в себя налог на прибыль, после вычета которого образуется чистая прибыль.

Чистая прибыль и является финансовым результатом деятельности предприятия, то есть критерием эффективности. Таким образом, прибыль может пониматься как превышение доходов от реализации продукции или услуг над затратами на производство и продажу продукции или услуг.

Важно также понимать, что различные виды прибыли характеризуют все финансовую деятельность предприятия и приводят к финансовому результату, который может быть положительным или отрицательным.

Основные виды прибыли представлены на рисунке 1.1. Между всеми видами прибыли существует полная взаимосвязь, что означает, что не может существовать одного вида прибыли без другого [5, с.78].

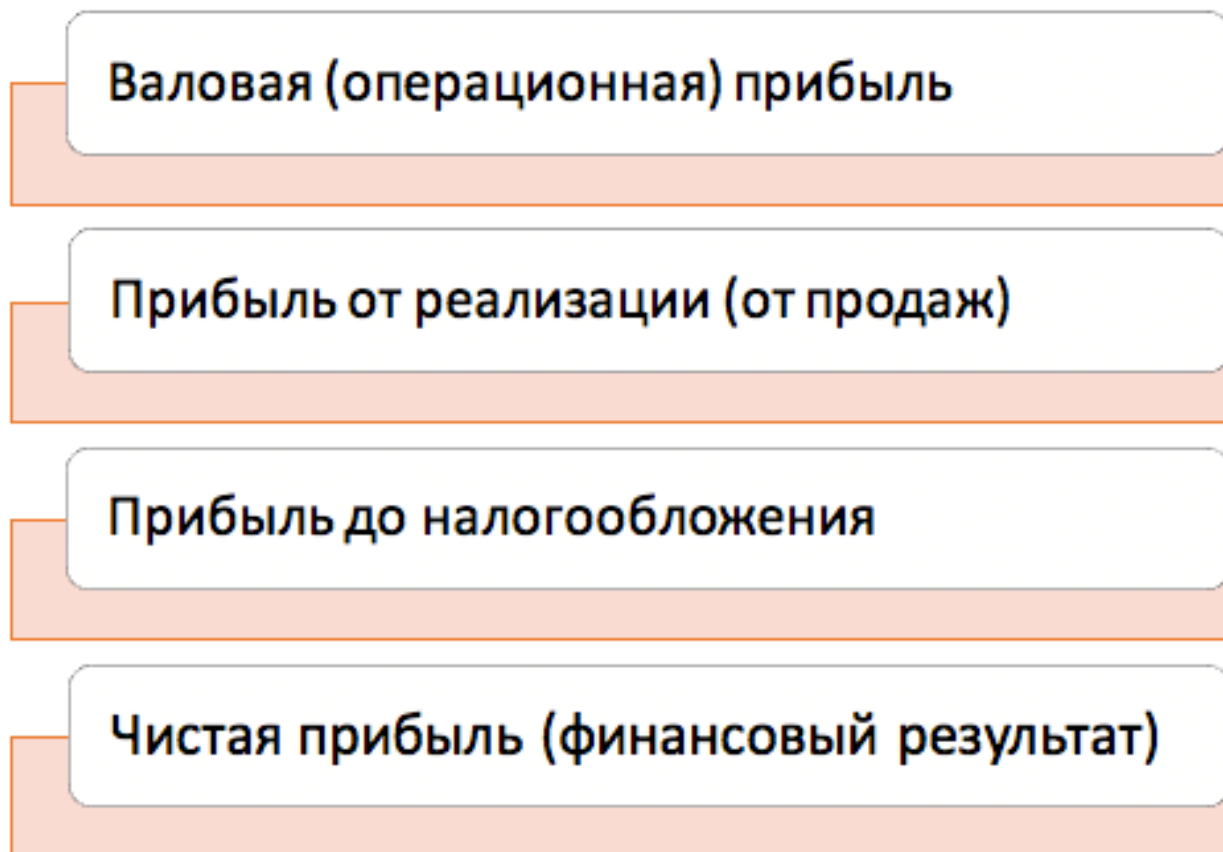


Рисунок. 1.1 – Виды прибыли предприятия

Таким образом, можно подчеркнуть, что виды прибыли предприятия означают различные стороны деятельности, различные стороны эффективности. Валовая прибыль означает эффективность оборота по производству и реализации продукции (оказания услуг).

Чистая прибыль уже будет означать умение предприятия управлять коммерческими доходами и расходами, прочими доходами и расходами, налоговой оптимизацией и многими другими явлениями.

## 1.2 Факторы, влияющие на прибыль предприятия

Прибыль формируется под воздействием различных факторов, которые влияют на результаты деятельности предприятия. Очевидно, что одни факторы будут влиять на прибыль положительно и приведут к увеличению прибыли предприятия. Другие факторы, наоборот, будут влиять отрицательно и приведут к снижению прибыли предприятия. При этом важно понимать, что отрицательное воздействие одних факторов способно снизить или даже свести на нет положительное влияние других [12, с.84].

Факторы, влияющие на размер прибыли, классифицируются по разным признакам. Учитывая, что предприятие является одновременно и субъектом, и объектом экономических отношений, то наиболее важным представляется деление факторов прибыли на внешние и внутренние (рисунок 1.2).

Факторы, влияющие на увеличение или снижение прибыли предприятия, могут быть внешними (не зависящими от предприятия) и внутренними. К внешним факторам прибыли предприятия относятся:

- общая стабильность (в стране, в регионе, в городе),
- внешнеэкономическая обстановка,
- уровень спроса (на продукцию и услуги),
- экономические факторы (инфляция),
- финансовая политика государства [17, с.128].

К внутренним факторам формирования прибыли относятся:

- структура продукции или услуг,
- состояние имущества предприятия,
- финансовые ресурсы,
- величина долгов предприятия (краткосрочных и долгосрочных обязательств),
- размер оплаченного уставного капитала предприятия [6, с.92].

Также может быть много других внешних и внутренних факторов.





Рисунок. 1.2 – Факторы формирования прибыли предприятия [17]

Таким образом, можно четко увидеть, что прибыль предприятия не полностью зависит от самого предприятия и от производственной деятельности предприятия. На прибыль оказывают влияние политика государства (особенно инфляция и налоговая политика), также на прибыль предприятия оказывает вид рынка – низко-конкурентный, высоко-конкурентный или средне-конкурентный. На прибыль предприятия оказывают влияние такие факторы, как внешнеэкономическая политика (уровень экспорта и импорта) и другие факторы. Внешние факторы, влияющие на формирование прибыли предприятия, представлены на рисунке 1.3.



Рисунок. 1.3 – Внешние факторы формирования прибыли предприятия

Следовательно, можно выделить группы внешних факторов, влияющих на формирование прибыли предприятия [28, с.113]:

- 1) социально-экономические факторы;
- 2) факторы рыночной среды;
- 3) прочие внешние факторы.

Разумеется, в каждой конкретной ситуации может образоваться несколько новых внешних факторов, влияющих на формирование прибыли предприятия. При этом, очевидно, что на формирование прибыли предприятия всегда действуют факторы в совокупности.

Внутренние факторы, влияющие на размер и формирования прибыли предприятия представлены на рисунке 1.4 [14, с.157].



Рисунок. 1.4 – Внутренние факторы прибыли предприятия [6]

Внутренними факторами, влияющими на прибыль предприятия являются следующие группы факторов:

- 1) управленческие факторы;
- 2) производственные факторы;
- 3) рыночные факторы.

Таким образом, факторы формирования прибыли (как внешние, так и внутренние) лежат в основе размера прибыли. Однако важно понимать, что на размер прибыли в большей мере оказывают влияние управленческие факторы.

### 1.3 Методы анализа прибыли предприятия

Как уже отмечалось в работе ранее, экономическое содержание прибыли заключается в различных видах прибыли и способах их формирования. Каждый вид прибыли имеет собственную специфику и означает различный вид результата, в частности, валовая прибыль отражает только разницу между доходами и расходами, в то время как чистая прибыль предприятия отражает уже всю специфику управленческих и производственных факторов.

Для российских предприятий необходимо рассмотреть методику оценки прибыли согласно структуре «Отчета о финансовых результатах» (форма №2).

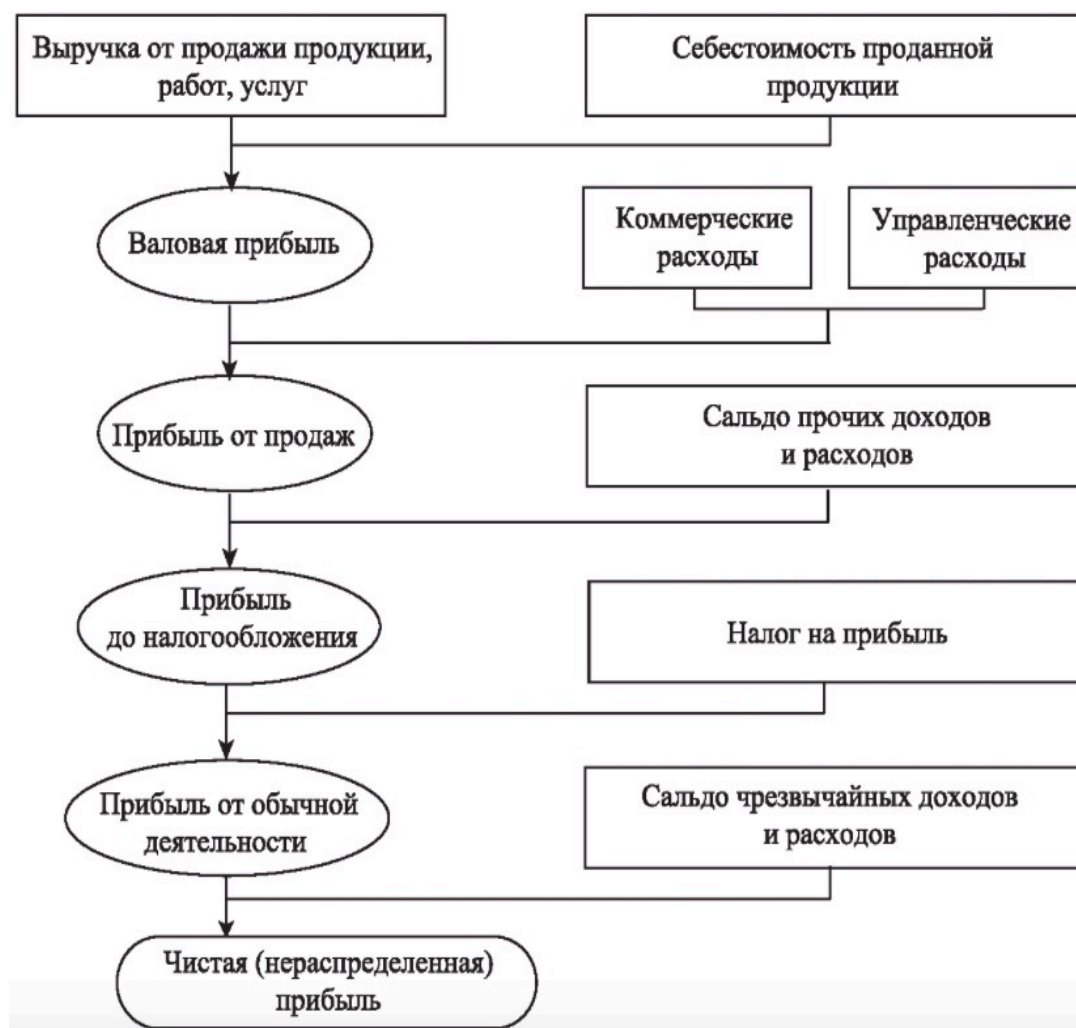


Рисунок. 1.5 – Содержание и структура прибыли предприятия согласно «Отчету о финансовых результатах» [32, с.104]

Согласно «Отчету о финансовых результатах» (форма №2) финансовой отчетности предприятия в стр. 2110 отражается выручка предприятия от реализации продукции или услуг, в стр. 2120 отражается себестоимость, то есть расходы на производство или реализацию продукции [17, с.104].

Валовая прибыль (ВП) (стр. 2100) определяется как (формула 1.1):

$$\text{ВП} = \text{стр. 2110} - \text{стр. 2120} \quad (1.1)$$

Далее определяется прибыль от продаж (от реализации) (ПП):

$$\text{ПП} = \text{ВП} - \text{стр. 2210} - \text{стр. 2220} \quad (1.2)$$

стр. 2110 – коммерческие расходы;

стр. 2220 – управленческие расходы.

Далее определяется прибыль до налогообложения (ПН) (формула 1.3):

$$\text{ПН} = \text{ПП} + \text{стр. 2320} - \text{стр. 2330} + \text{стр. 2340} - \text{стр. 2350} \quad (1.3)$$

стр. 2320 – проценты к получению;

стр. 2330 – проценты к уплате;

стр. 2340 – прочие доходы;

стр. 2350 – прочие расходы.

Прибыль до налогообложения включает в себя только налог на прибыль, которых на настоящее время составляет 20 %. Чистая прибыль (ЧП) определяется следующим образом (формула 1.4):

$$\text{ЧП} = \text{ПН} - 20 \% \quad (1.4)$$

Именно чистая прибыль и является конечным результатом расчетов по схеме «Отчета о финансовых результатах» предприятия и является, как уже отмечалось ранее финансовым результатом деятельности предприятия.

Стандартно вместе с прибылью рассчитывается рентабельность, которая является обобщающим показателем оценки эффективности.

Рентабельность продаж (R) показывает долю прибыли предприятия в каждом заработанном рубле за определенный период (формула 1.5):

$$R = \frac{\text{ПП}}{\text{В}} * 100\% \quad (1.5)$$

ПП – прибыль от продаж,

В – выручка от реализации товаров.

Рентабельность активов (ROA) – показывает величину чистой прибыли на рубль стоимости активов. Рассчитывается по формуле (формула 1.6):

$$ROA = \frac{\text{ЧП}}{\text{А}} \quad (1.6)$$

ЧП – чистая прибыль,

А – средняя стоимость активов.

Рентабельность собственных средств (ROE) – показывает величину чистой прибыли на один рубль вложенного собственного капитала:

$$ROE = \frac{\text{ЧП}}{\text{СК}} * 100\% \quad (1.7)$$

Рентабельность инвестиционного капитала (ROS) предприятия показывает эффективность инвестиций. Рассчитывается данный вид рентабельности по формуле (формула 1.8):

$$\text{ROS} = \frac{\text{ЧП}}{\text{СК+ДО}} * 100\% \quad (1.8)$$

Все показатели прибыли и рентабельности рассматриваются в динамике за несколько лет с учетом отклонения и темпом роста и прироста показателей.

Таким образом, на основе анализа можно сделать вывод прибыль является одним из основных финансовых показателей стратегического плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий.

Экономическое содержание прибыли заключается в том, что прибыль характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. В широком смысле прибыль предприятия представляет собой разницу между доходами и расходами предприятия, разницу между выручкой от реализации (продукции и услуг) и себестоимостью.

Виды прибыли предприятия означают различные стороны деятельности, различные стороны эффективности. Валовая прибыль означает эффективность оборота по производству и реализации продукции (оказания услуг). Чистая прибыль уже будет означать умение предприятия управлять коммерческими доходами и расходами, прочими доходами и расходами, налоговой оптимизацией и многими другими явлениями.

При этом прибыль предприятия не полностью зависит от самого предприятия и от производственной деятельности предприятия. На прибыль оказывают влияние политика государства (особенно инфляция и налоговая политика), также на прибыль предприятия оказывает вид рынка – низко-конкурентный, высоко-конкурентный или средне-конкурентный. На прибыль предприятия оказывают влияние такие факторы, как внешнеэкономическая политика (уровень экспорта и импорта) и другие факторы.

В настоящее время актуальными становятся методы, которые позволят повысить прибыль в долгосрочном периоде. Необходима разработка, таких мероприятий, которые увеличат прибыль на долгосрочной основе.

## **Глава 2. Анализ финансово-экономических показателей и анализ прибыли предприятия «Вираж»**

### **2.1 Общая характеристика предприятия «Вираж»**

Анализ прибыли в настоящей работе проводится на примере предприятия ООО «Вираж». Предприятие «Вираж» является Интернет-магазином по продаже автомобильных запасных частей (запчастей) для грузовых и легковых автомобилей. Основной вид деятельности предприятия «Вираж», зарегистрированного при ОКВЭД:

- 45.3 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями.

Данный вид деятельности включает такой вид деятельности, как оптовая и розничная торговля всеми видами запасных частей, компонентов инструментов и принадлежностей для автомобилей. Предприятие «Вираж» реализует запасные части как для легковых, так и для грузовых автомобилей.

Предприятие «Вираж» согласно основному виду деятельности реализует автомобильные запчасти для легковых и грузовых автомобилей всех марок (импортных и отечественных), осуществляет торговлю для Санкт-Петербурга и Ленинградской области и для других городов России.

Организационно-правовая форма предприятия – Общество с ограниченной ответственностью. Сокращенно – ООО.

Полное наименование предприятия – Общество с ограниченной ответственностью «Вираж». Сокращенное название – ООО «Вираж».

Адрес предприятия «Вираж» в Санкт-Петербурге: 196 158, г. Санкт-Петербург, Пулковская улица, д. 7.

Предприятие «Вираж» имеет клиентскую базу более 10 000 покупателей каждый месяц, торговля осуществляется посредством заказа «он-лайн», предприятие осуществляет доставку купленной и оплаченной продукции.



Предприятие «Вираж» в своем ассортименте имеет более 4 000 товаров, которые доступны к заказу, при этом база постоянно обновляется.

Предприятие «Вираж» является официальным дистрибьютором более 200 российских и зарубежных производителей автомобильных запчастей.

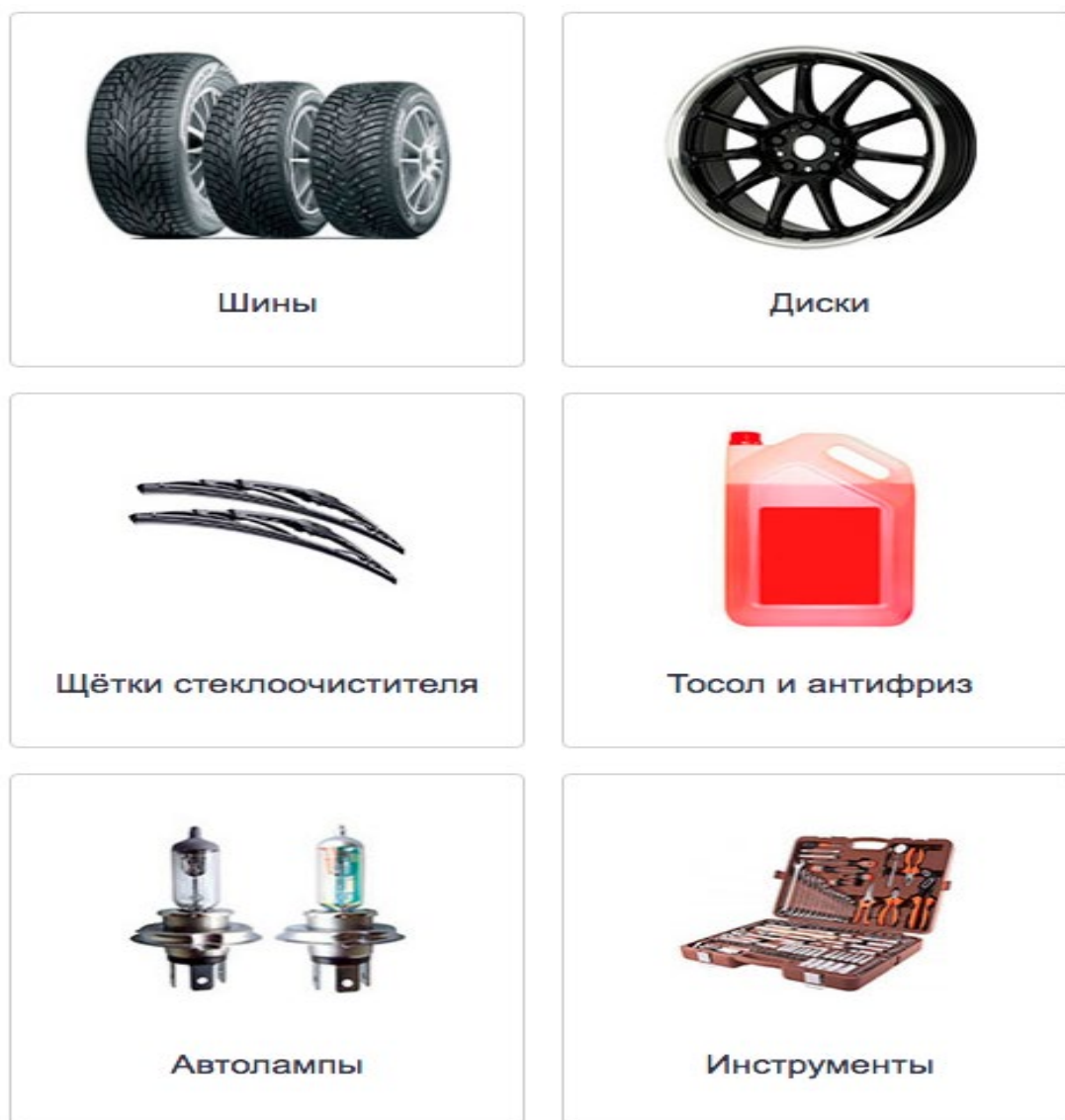


Рисунок. 2.1 – Ассортиментные группы продукции предприятия «Вираж»

Можно увидеть, что основные ассортиментные группы продукции, реализуемые предприятием «Вираж», следующие:

1. Шины и диски;
2. Детали технического обслуживания;

3. Аккумуляторы;
4. Кузовные запчасти;
5. Масла, тосол и антифриз;
6. Электрика (лампы и др.);
7. Инструменты;
8. Автохимия;
9. Аксессуары.

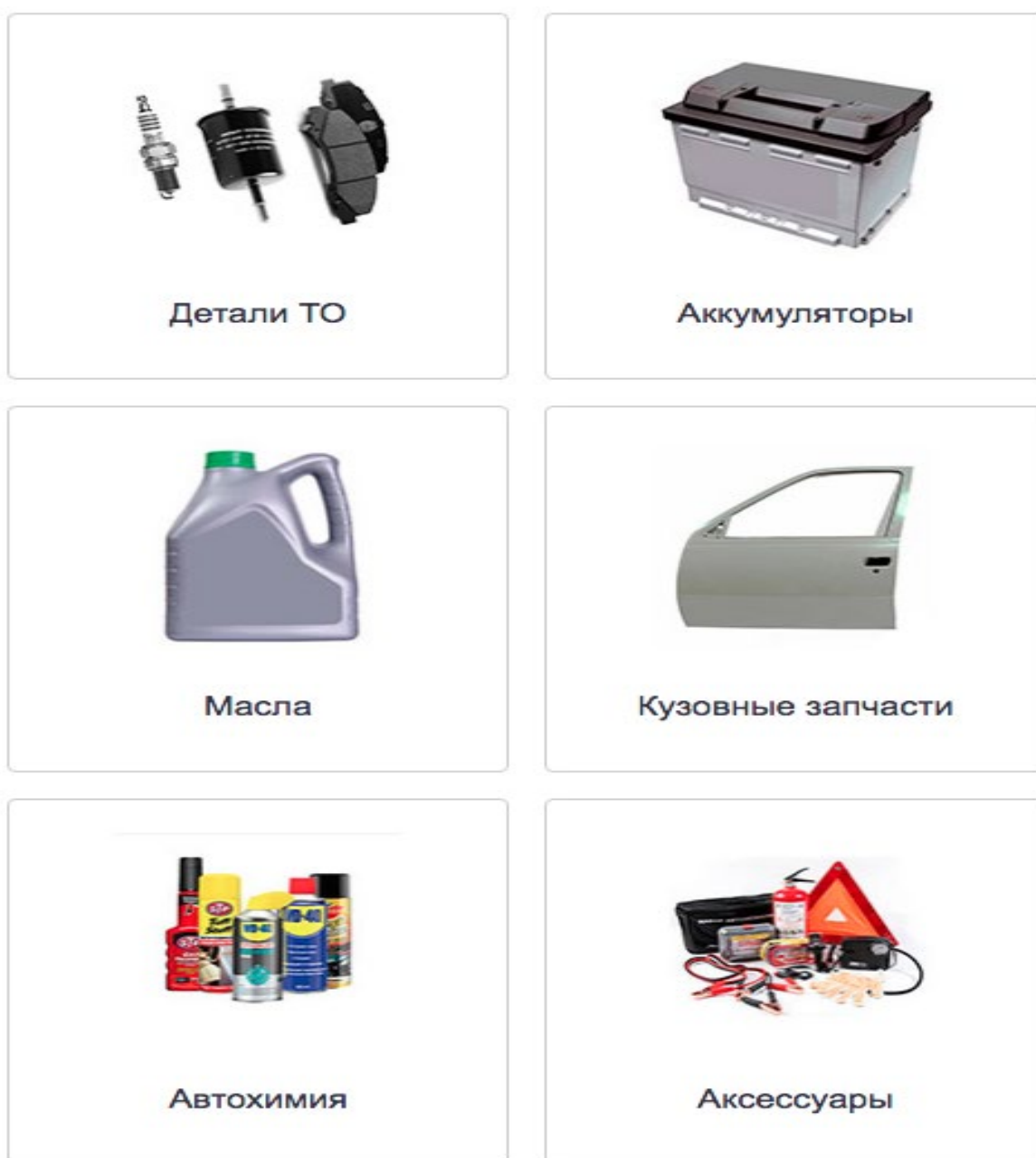


Рисунок. 2.2 – Ассортиментные группы продукции предприятия «Виразж»

Таким образом, товарный ассортимент предприятия «Виразж» представлен в 9-ти группах, 5 из которых являются основными.










 <p><b>175 / 70-13 НК-132 КАМА BREEZE</b> Летняя шина</p> <p>Срок доставки: 3 дня Кол-во: Много</p> <p>🛒 1 915 Р</p>	 <p><b>185 / 75-16 Кама-232 НкШЗ</b> Всесезонная шина</p> <p>Срок доставки: 3 дня Кол-во: 24 шт.</p> <p>🛒 3 353 Р</p>	 <p><b>195 / 65-15 Кама-Никола НкШЗ</b> Всесезонная шина</p> <p>Срок доставки: 3 дня Кол-во: Много</p> <p>🛒 2 576 Р</p>
 <p><b>235 / 70-16 Кама- 221</b> Всесезонная шина</p> <p>Срок доставки: 3 дня Кол-во: 15 шт.</p> <p>🛒 4 698 Р</p>	 <p><b>13-24 G2 / L2 W-3D TL PR12 TOPTRUST</b> Легковая летняя шина Кат.номер: STS160218</p> <p>Срок доставки: 3 дня Кол-во: 2 шт.</p> <p>🛒 24 917 Р</p>	 <p><b>135 / 80R12 КАМА-204</b> Всесезонная шина</p> <p>Срок доставки: 2 дня Кол-во: 9 шт.</p> <p>🛒 1 709 Р</p>
 <p><b>10.0x19 / 5x120 ET21 D72.6 Replay Replica BMW B116 BKF</b></p> <p>Диск колесный литой Кат.номер: 025876-040023005</p> <p>Срок доставки: 2 дня Кол-во: 2 шт.</p> <p>🛒 11 396 Р</p>	 <p><b>10.0x19 / 5x120 ET21 D72.6 Replay Replica BMW B116 GMF</b></p> <p>Диск колесный литой Кат.номер: 025878-040023005</p> <p>Срок доставки: 2 дня Кол-во: 2 шт.</p> <p>🛒 11 396 Р</p>	 <p><b>10.0x19 / 5x120 ET21 D72.6 Replay Replica BMW B129 SF</b></p> <p>Диск колесный литой Кат.номер: 024430-050023005</p> <p>Срок доставки: 2 дня Кол-во: 12 шт.</p> <p>🛒 11 601 Р</p>

Рис. 2.3 – Виды продукции предприятия «Виразж»








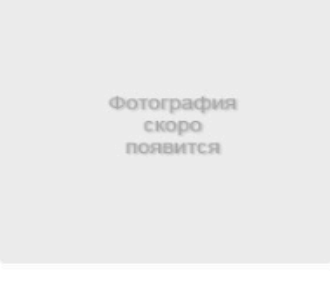

 <p><b>аккумулятор 6СТ 55 (зал) евр.Talvi+ГТ</b> Аккумулятор автомобильный Кат.номер: 242X175X190 / EN 530 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">1 шт.</a></p> <p><b>4 090 Р</b></p>	 <p><b>аккумулятор 6СТ 55 (зал) евр.НОЙД+ГТ</b> Аккумулятор автомобильный Кат.номер: 242X175X190 / EN 420 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">1 шт.</a></p> <p><b>3 050 Р</b></p>	 <p><b>аккумулятор 6СТ 55 (зал) рос.Talvi+ГТ</b> Аккумулятор автомобильный Кат.номер: 242X175X190 / EN 530 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">1 шт.</a></p> <p><b>4 090 Р</b></p>
 <p><b>нож универсальный 18мм VOREL 76185 пластм.ручка</b> нож универсальный Кат.номер: 76185 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">3 шт.</a></p> <p><b>46 Р</b></p>	 <p><b>головка 1 / 2" 14 VOREL</b> головка Кат.номер: 53140 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">2 шт.</a></p> <p><b>46 Р</b></p>	 <p><b>головка 1 / 2" 12 VOREL</b> головка Кат.номер: 53120 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">1 шт.</a></p> <p><b>46 Р</b></p>
 <p><b>головка 1 / 2" 10 VOREL</b> головка Кат.номер: 53100 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">3 шт.</a></p> <p><b>46 Р</b></p>	 <p><b>круг отрезной по металлу 125x1.6x22 (Лура)</b> Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">25 шт.</a></p> <p><b>52 Р</b></p>	 <p><b>головка 1 / 2" 18 VOREL</b> головка Кат.номер: 53180 Срок доставки: <a href="#">В наличии</a> Кол-во: <a href="#">2 шт.</a></p> <p><b>52 Р</b></p>

Рисунок. 2.4 – Виды продукции предприятия «Виразж»

Ценовая категория различная, как можно было увидеть на рис. 2.3 и 2.4, от 46 руб. за единицу продукции до 24 957 руб. за позицию (шины).

Организационная форма управления предприятия «Виразж» является линейно-функциональной и представлена на рис. 2.5.



Рисунок. 2.5 – Организационная структура управления предприятия «Виразж»



Рисунок. 2.6 – Этапы закупки и реализации продукции предприятия «Виразж»

В действующей схеме производственного процесса предприятия «Виразж» можно увидеть 5 основных этапов:

- 1) На первом этапе менеджеры по закупкам осуществляют поиск оптовых продавцов автомобильных запчастей.
- 2) На втором этапе осуществляется рассылка предложений и обсуждение деталей закупки продукции.
- 3) На третьем этапе осуществляется заключение договоров.
- 4) На четвертом этапе осуществляется доставка закупленной оптовой продукции на склад предприятия «Виразж»
- 5) На пятом этапе осуществляется непосредственно реализация продукции посредством «он-лайн» продаж.

## **2.2 Анализ технико-экономических показателей предприятия «Виразж»**

Целью деятельности предприятия является продажа качественной продукции «Виразж» покупателям по оптимальным ценам. Разумеется, целью предприятия «Виразж», как коммерческой организации является получение прибыли от собственной производственной деятельности.

Сравнительный анализ бухгалтерского баланса предприятия «Виразж» за 2016-2018 годы приводится далее в таблице 2.1.

Активы предприятия «Виразж» увеличились в 2017 году по отношению к 2016 году на 1 388,0 тыс. руб., или на 5,17 %. При этом в 2018 году произошло увеличение активов предприятия по отношению к 2017 году на 1 220,0 тыс. руб., или на 4,32 %. Можно также увидеть, что основные средства занимают основную долю во внеоборотных активах предприятия. Основные средства увеличились на 321,0 тыс. руб., или на 3,57 % в 2018 году по отношению к 2017 году. Увеличились долгосрочные финансовые вложения на 201,0 тыс. руб. в 2018 году по отношению к 2017 году, или на 20,39 %.

В оборотных активах основную долю занимают дебиторская задолженность и запасы (закупленная продукция для реализации). Можно также увидеть, что происходит увеличение запасов предприятия в 2018 году по отношению к 2017 году на 281,0 тыс. руб., или 4,71 %. Происходит увеличение дебиторской задолженности в 2018 году по отношению к 2017 году на 158,0 тыс. руб., или на 2,20 %.

Собственный капитал предприятия «Виразж» увеличился в 2017 году по отношению к 2016 году на 245,0 тыс. руб., или на 1,92 %, в 2018 году по отношению к 2017 году всего на 227,0 тыс. руб. или на 1,74 %.

Увеличение собственного капитала произошло за счет увеличения нераспределенной прибыли предприятия в 2018 году на 227,0 тыс. руб., или на 1,74 % по отношению к 2017 году. Также произошел рост кредиторской задолженности предприятия «Виразж» на 891,0 тыс. руб., или на 12,35 %.

Таблица 2.1 – Горизонтальный баланс предприятия ТД «Вираж» за 2016-2018 годы

Наименование показателя	Код строки	На	На	На	Отклонение		Отклонение	
		31.12.2016 г., тыс. руб.	31.12.2017 г., тыс. руб.	31.12.2018 г., тыс. руб.	2017 г. к 2016 г.		2018 г. к 2017 г.	
					Абс., тыс. руб.	Относит., %	Абс., тыс. руб.	Относит., %
<b>АКТИВЫ</b>								
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>								
Основные средства	1150	8654,00	8987,00	9308,00	333,00	103,85	321,00	103,57
Долгосрочные финансовые вложения	1170	1082,00	986,00	1187,00	-96,00	91,13	201,00	120,39
Отложенные налоговые активы	1180	162,00	164,00	170,00	2,00	101,23	6,00	103,66
Прочие внеоборотные активы	1190	1873,00	1980,00	2013,00	107,00	0,00	33,00	0,00
<b>Итого по разделу I:</b>	<b>1100</b>	<b>11771,00</b>	<b>12117,00</b>	<b>12678,00</b>	<b>346,00</b>	<b>102,94</b>	<b>561,00</b>	<b>104,63</b>
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>								
Запасы	1210	5876,00	5962,00	6243,00	86,00	101,46	281,00	104,71
Налог на добавленную стоимость	1220	194,00	202,00	210,00	8,00	104,12	8,00	103,96
Дебиторская задолженность	1230	6535,00	7186,00	7344,00	651,00	109,96	158,00	102,20
Краткосрочные финансовые вложения	1240	364,00	369,00	402,00	0,00	0,00	33,00	0,00
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	613,00	674,00	702,00	61,00	109,95	28,00	104,15
Прочие оборотные активы		1512,00	1743,00	1894,00	231,00	115,28	151,00	108,66
<b>Итого по разделу II:</b>	<b>1200</b>	<b>15094,00</b>	<b>16136,00</b>	<b>16795,00</b>	<b>1042,00</b>	<b>106,90</b>	<b>659,00</b>	<b>104,08</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>26865,00</b>	<b>28253,00</b>	<b>29473,00</b>	<b>1388,00</b>	<b>105,17</b>	<b>1220,00</b>	<b>104,32</b>



Продолжение таблицы 2.1

Наименование показателя	Код строки	На	На	На	Отклонение		Отклонение	
		31.12.2016 г., тыс. руб.	31.12.2017 г., тыс. руб.	31.12.2018 г., тыс. руб.	2017 г. к 2016 г.		2018 г. к 2017 г.	
					Абс., тыс. руб.	Отно-сит., %	Абс., тыс. руб.	Отно-сит., %
<b>ПАССИВЫ</b>								
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>								
Уставный капитал	1310	10,00	10,00	10,00	0,00	100,00	0,00	100,00
Резервный капитал	1360	12,00	12,00	12,00	0,00	100,00	0,00	100,00
Нераспределенная прибыль	1370	12765,00	13010,00	13237,00	245,00	101,92	227,00	101,74
<b>Итого по разделу III:</b>	<b>1300</b>	<b>12787,00</b>	<b>13032,00</b>	<b>13259,00</b>	<b>245,00</b>	<b>101,92</b>	<b>227,00</b>	<b>101,74</b>
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>								
Заемные средства	1410	1750,00	1886,00	1976,00	136,00	107,77	90,00	104,77
Отложенные налоговые обязательства	1420	114,00	162,00	187,00	48,00	142,11	25,00	115,43
Прочие обязательства	1450	578,00	614,00	686,00	36,00	106,23	72,00	111,73
<b>Итого по разделу IV:</b>	<b>1400</b>	<b>2442,00</b>	<b>2662,00</b>	<b>2849,00</b>	<b>220,00</b>	<b>109,01</b>	<b>187,00</b>	<b>107,02</b>
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>								
Заемные средства	1510	4180,00	5034,00	4912,00	854,00	120,43	-122,00	97,58
Кредиторская задолженность	1520	7184,00	7216,00	8107,00	32,00	100,45	891,00	112,35
Оценочные обязательства	1540	272,00	309,00	346,00	37,00	113,60	37,00	111,97
<b>Итого по разделу V:</b>	<b>1500</b>	<b>11636,00</b>	<b>12559,00</b>	<b>13365,00</b>	<b>923,00</b>	<b>107,93</b>	<b>806,00</b>	<b>106,42</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>26865,00</b>	<b>28253,00</b>	<b>29473,00</b>	<b>1388,00</b>	<b>105,17</b>	<b>1220,00</b>	<b>104,32</b>

Соотношение структуры внеоборотных и оборотных активов предприятия «Виразж» находится в пределах нормативных значений (рис. 2.7).

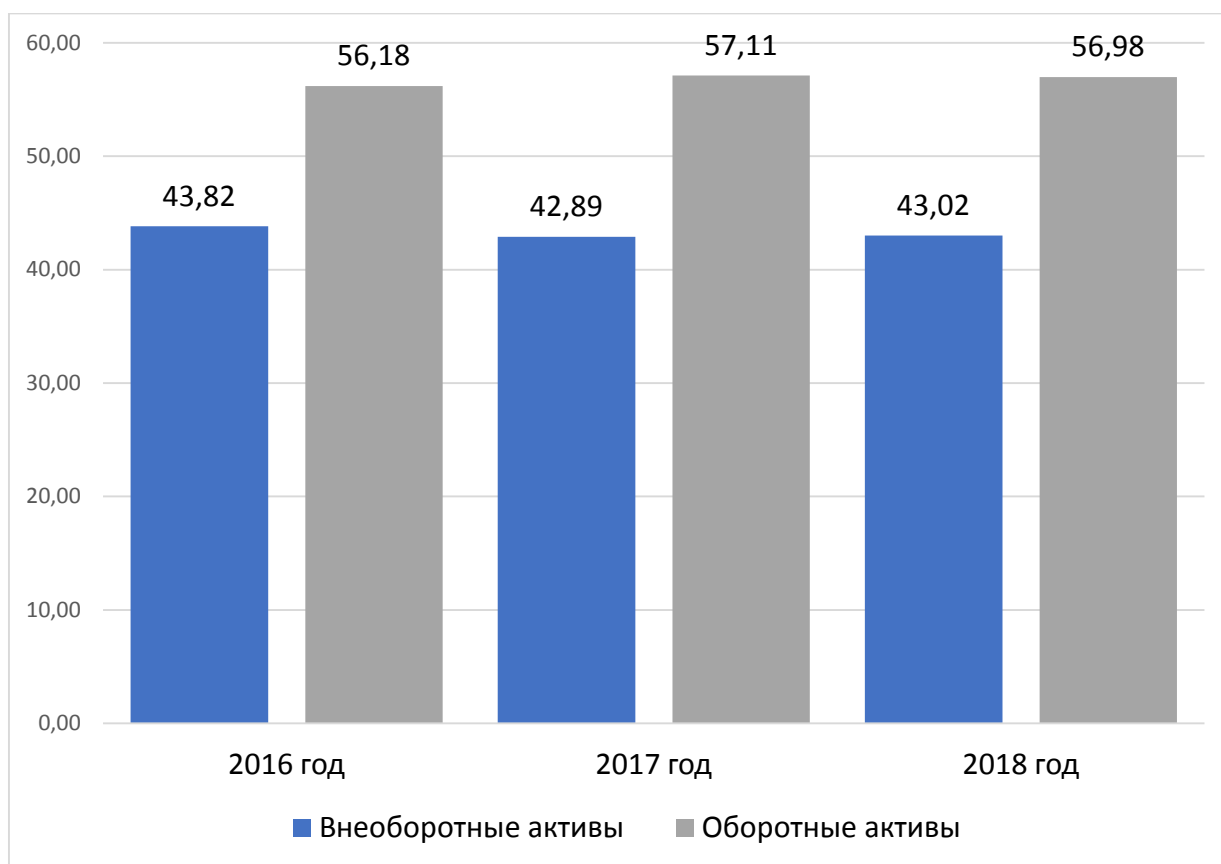


Рисунок. 2.7 – Структура активов предприятия «Виразж» в %

В 2018 году соотношение составляет 43,02 % внеоборотных активов к 56,98 оборотных активов, что является нормальным значением.

Соотношение собственного и заемного капитала предприятия «Виразж» приводится далее на рисунке 2.8.

Согласно литературным источникам соотношение собственного и заемного капитала должно составлять 50 % на 50 %, оптимальным для предприятия считается соотношение 60 % заемного капитала к 40 % собственного капитала. Можно увидеть, что соотношение собственного и заемного капитала предприятия «Виразж» в 2018 году составило 44,99 % собственного капитала к 55,01 % заемного капитала. Следовательно, анализируемое предприятие демонстрирует нормальную структуру пассивов.

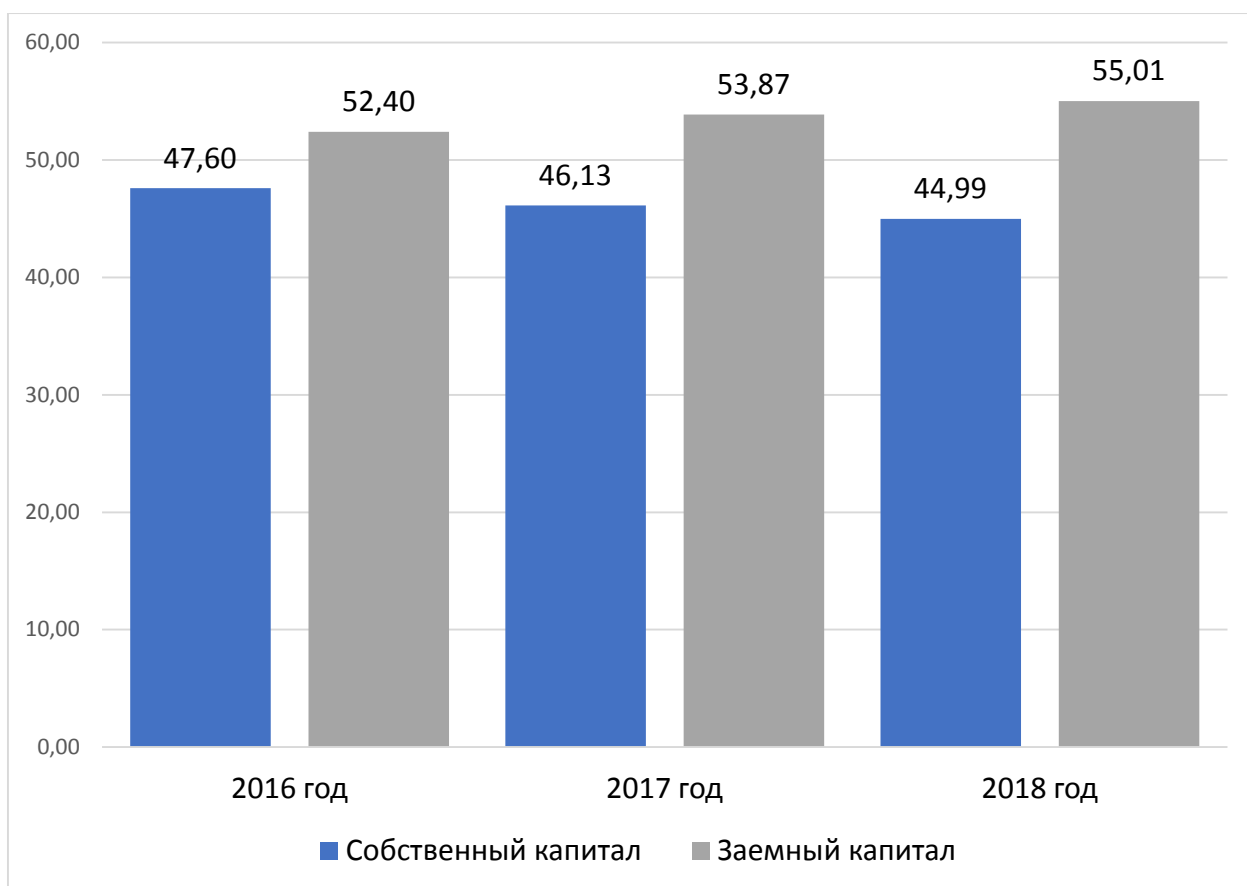


Рисунок. 2.8 – Структура пассивов предприятия «Виразж», в %

Далее необходимо провести анализ финансового состояния предприятия «Виразж». Анализ ликвидности баланса годы приводится в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Анализ ликвидности баланса предприятия «Виразж» за период 2016-2018 годы

АКТИВ	На	На	На	ПАССИВ	На	На	На
	31.12. 2016 г.	31.12. 2017 г.	31.12. 2018 г.		31.12. 2016 г.	31.12. 2017 г.	31.12. 2018 г.
A1	977,00	1043,00	1104,00	П1	7184,00	7216,00	8107,00
A2	6535,00	7186,00	7344,00	П2	4452,00	5343,00	5258,00
A3	6070,00	6164,00	6453,00	П3	2442,00	2662,00	2849,00
A4	11771,00	12117,00	12678,00	П4	12787,00	13032,00	13259,00

Согласно литературным источникам, баланс предприятия считается абсолютно ликвидным, если имеют место соотношения:

$$\begin{cases} A1 \geq П1 \\ A2 \geq П2 \\ A3 \geq П3 \\ A4 \leq П4 \end{cases}$$

Баланс предприятия «Вираж» нельзя считать ликвидным, так как не соблюдаются все неравенства между активами и пассивами. Первое неравенство не соблюдается за весь период 2016-2018 годы.

Второе неравенство баланса соблюдается весь анализируемый период 2016-2018. Третье неравенство соблюдается весь период и четвертое неравенство соблюдается за весь анализируемый период.

Следовательно, баланс предприятия «Вираж» не полностью ликвидный за счет несоблюдения первого неравенства, краткосрочных активов меньше, чем краткосрочных пассивов. Данное положение означает, что если возникнет ситуация, когда предприятию «Вираж» нужно будет срочно погасить краткосрочные обязательства, у него не хватит на это активов.

Далее в таблице 2.3 приводится анализ относительных показателей ликвидности предприятия «Вираж» за 2016-2018 годы.

Таблица 2.3 – Относительные показатели абсолютной ликвидности предприятия «Вираж» за период 2016-2018 годы

Наименование коэффициента	2016 год	2017 год	2018 год	Отклонение 2017 г. к 2016 г.	Отклонение 2018 г. к 2017 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал)	0,08	0,08	0,08	0,00	0,00
Коэффициент критической ликвидности (Ккл)	0,65	0,66	0,63	0,01	-0,03
Коэффициент текущей ликвидности (Ктл)	1,17	1,15	1,11	-0,02	-0,03

Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал) должен составлять больше 0,2-0,5. Можно увидеть, что данный коэффициент абсолютной ликвидности (Кал) у предприятия «Вираж» составляет 0,08 за весь анализируемый период 2016-2018 годы. Об этом уже говорилось ранее, предприятие демонстрирует очень низкую степень абсолютной ликвидности, краткосрочных обязательств у предприятия намного больше, чем ликвидных активов, при помощи которых можно погасить данные обстоятельства

Коэффициент критической ликвидности (Ккл) должен составлять 1 и выше. Коэффициент (Ккл) предприятия «Вираж» также ниже нормативных значений за период 2016-2018 годы и снижается в 2018 году на -0,03 п.п..

Коэффициент текущей ликвидности в норме должен составлять 1-1,5, при этом рекомендуемое значение составляет 2-2,5. Показатели текущей ликвидности предприятия «Вираж» в пределах верхних нормативных значений, однако снижаются за период на -0,02 и – 0,03 п.п. в 2018 году.

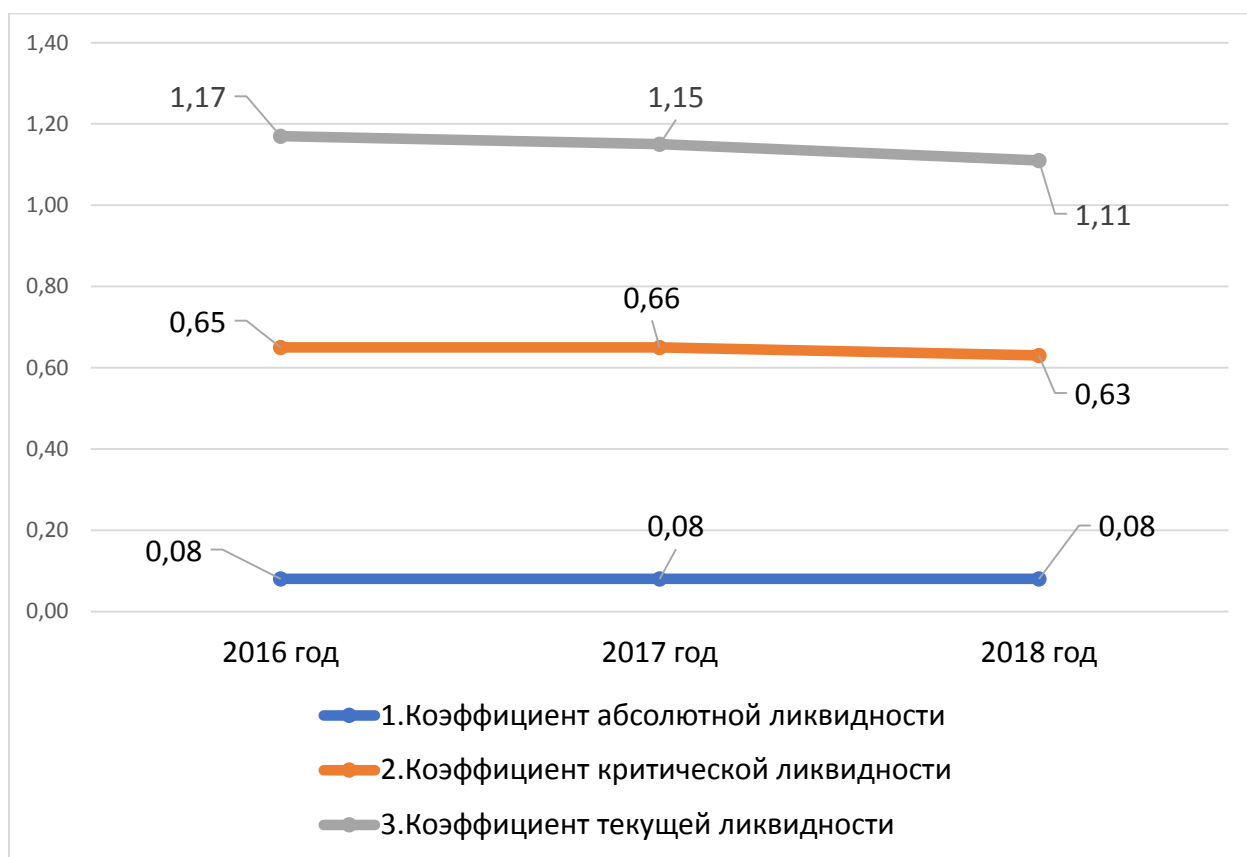


Рисунок. 2.9 – Показатели ликвидности предприятия «Вираж», коэффициенты

Далее приводится анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия «Виразж» за 2016-2018 годы в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Относительные показатели финансовой устойчивости предприятия «Виразж» за 2016-2018 годы

Наименование коэффициента	На 31.12. 2016 г.	На 31.12. 2017 г.	На 31.12. 2018 г.	Отклонение 2017 г. к 2016 г.	Отклонение 2018 г. к 2017 г.
1. Коэффициент автономии (Ка)	0,48	0,46	0,45	-0,01	-0,01
2. Коэффициент финансирования (Кф)	0,91	0,86	0,82	-0,05	-0,04
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (Коб)	0,09	0,08	0,06	-0,01	-0,02
4. Коэффициент маневренности (Км)	0,10	0,09	0,07	-0,01	-0,02
5. Коэффициент финансовой устойчивости (Кфу)	0,57	0,56	0,55	-0,01	-0,01
6. Коэффициент финансового левериджа (Кфл)	1,10	1,17	1,22	0,07	0,05

Коэффициент автономии (Ка) по нормативному значению должен составлять 0,5, то есть 50 % собственного и 50 % заемного капитала. Допускается, как уже отмечалось ранее соотношение 60 % заемного на 40 % собственного капитала. Можно увидеть, что коэффициент автономии предприятия «Виразж» составляет 0,48 в 2016 году и 0,45 % в 2018 году, то есть соответствует нормативным значениям, но снижается за период.

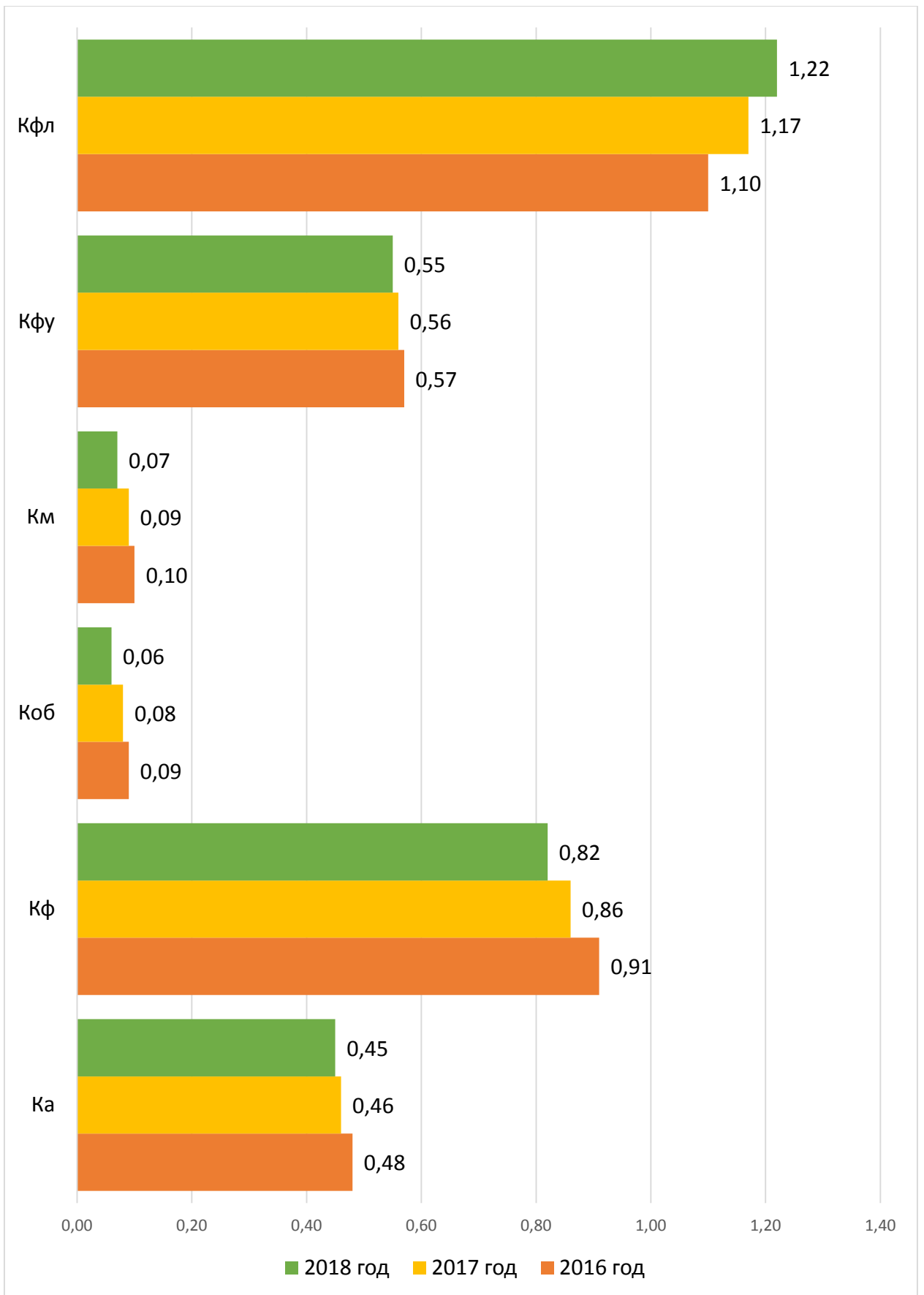


Рисунок. 2.10 – Показатели финансовой устойчивости предприятия «Виразж» за период 2016-2018 годы, коэффициенты

Значение коэффициента финансирования (Кф) в норме должно быть 1 или выше, показатели ниже 1 говорят о большой зависимости предприятия от внешнего финансирования. Показатели Кф предприятия «Виразж» ниже нормативных значений, при этом снижается, в 2016 году показатель составлял 0,91, в 2018 году показатель составляет 0,82. Следовательно, предприятие опирается становится более зависимым от внешнего финансирования.

Значение коэффициента обеспеченности оборотными средствами (Коб) в норме должно быть больше или равно 0,1. Можно увидеть, что коэффициент Коб предприятия «Виразж» ниже нормативных значений, и составлял 0,08 в 2016 году и 0,06 в 2018 году. Предприятие демонстрирует низкий уровень обеспеченности собственными средствами.

Значение коэффициента маневренности (Км) в норме должно быть в пределах 0,2-0,5. Все значения коэффициента маневренности у предприятия «Виразж» ниже нормативных значений за весь период, при этом в 2016 году показатель составлял 0,10, в 2018 году показатель составляет 0,07.

Значение коэффициент финансовой устойчивости (Кфу) в норме должно быть равно 1. Приемлемое значение от 0,8 до 0,9. На предприятии «Виразж» значения коэффициента финансовой устойчивости составляли 0,57 в 2016 году и 0,55 в 2018 году, то есть ниже нормативных значений. Можно сделать вывод, что предприятие «Виразж» демонстрирует низкий уровень финансовой устойчивости за период 2016-2018 годы.

Значение коэффициента лeverиджа (Кфл) в норме должно составлять 0,5-0,8. Можно увидеть, что на предприятии «Виразж» значения данного коэффициента выше нормы за весь период 2016-2018 годы. Финансовый лeverидж (рычаг) отвечает за соотношение заемных и собственных средств.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие «Виразж» демонстрирует низкий уровень почти по всем показателям финансовой устойчивости. Необходимо обратить особое внимание на превышение заемных средств (краткосрочных и долгосрочных займов) над собственными и снижение обеспеченности собственными оборотными средствами.



### 2.3 Анализ прибыли предприятия «Виразж»

Анализ прибыли предприятия «Виразж» за 2017-2018 годы приводится в работе далее в таблице 2.5. Анализ прибыли проводится на основе данных «Отчета о финансовых результатах предприятия «Виразж» за 2016-2018 годы.

Таблица 2.5 – Анализ финансовых результатов деятельности предприятия «Виразж» за период 2017-2018 годы

Показатели	2017 год		2018 год		Отклонение	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	Абс., тыс. руб.	Отно- сит.,%
Выручка	60154,00	100,00	59873,00	100,00	-281,00	99,53
Себестоимость продаж	50873,00	84,57	51735,00	86,41	862,00	101,69
Валовая прибыль	9281,00	15,43	8138,00	13,59	-1143,00	87,68
Коммерческие расходы	1802,00	3,00	1954,00	3,26	152,00	108,44
Управленческие расходы	650,00	1,08	720,00	1,20	70,00	110,77
Прибыль от продаж	6829,00	11,35	5464,00	9,13	-1365,00	80,01
Проценты к получению	348,00	0,00	412,00	0,69	64,00	100,00
Проценты к уплате	541,00	0,90	583,00	0,97	42,00	107,76
Прочие доходы	1988,00	3,30	2021,00	3,38	33,00	101,66
Прочие расходы	2061,00	3,43	2142,00	3,58	81,00	103,93
Прибыль до налогообложения	6563,00	10,91	5172,00	8,64	-1391,00	78,81
Текущий налог на прибыль	1312,60	2,18	1034,40	1,73	-278,20	78,81
Чистая прибыль	5250,40	8,73	4137,60	6,91	-1112,80	78,81

Можно сразу увидеть основную проблему в финансовой деятельности предприятия «Виразж», так как происходит снижение выручки в 2018 году по отношению к 2017 году на -281,0 тыс. руб., или на 0,47 %.

Снижение выручки говорит о том, что предприятие не эффективно в своей финансовой деятельности за анализируемый период.

Кроме снижения выручки можно увидеть более серьезную проблему в финансовой деятельности предприятия «Виразж», на фоне снижения выручки происходит увеличение себестоимости предприятия в 2018 году по отношению к 2017 году на 862,0 тыс. руб., или на 1,69 %.

То есть снижается выручка (доходы) предприятия, но при этом повышается себестоимость (расходы) за анализируемый период.

Снижение выручки предприятия происходит на фоне роста себестоимости предприятия, что говорит о снижении эффективности деятельности предприятия «Виразж» (рис. 2.11).

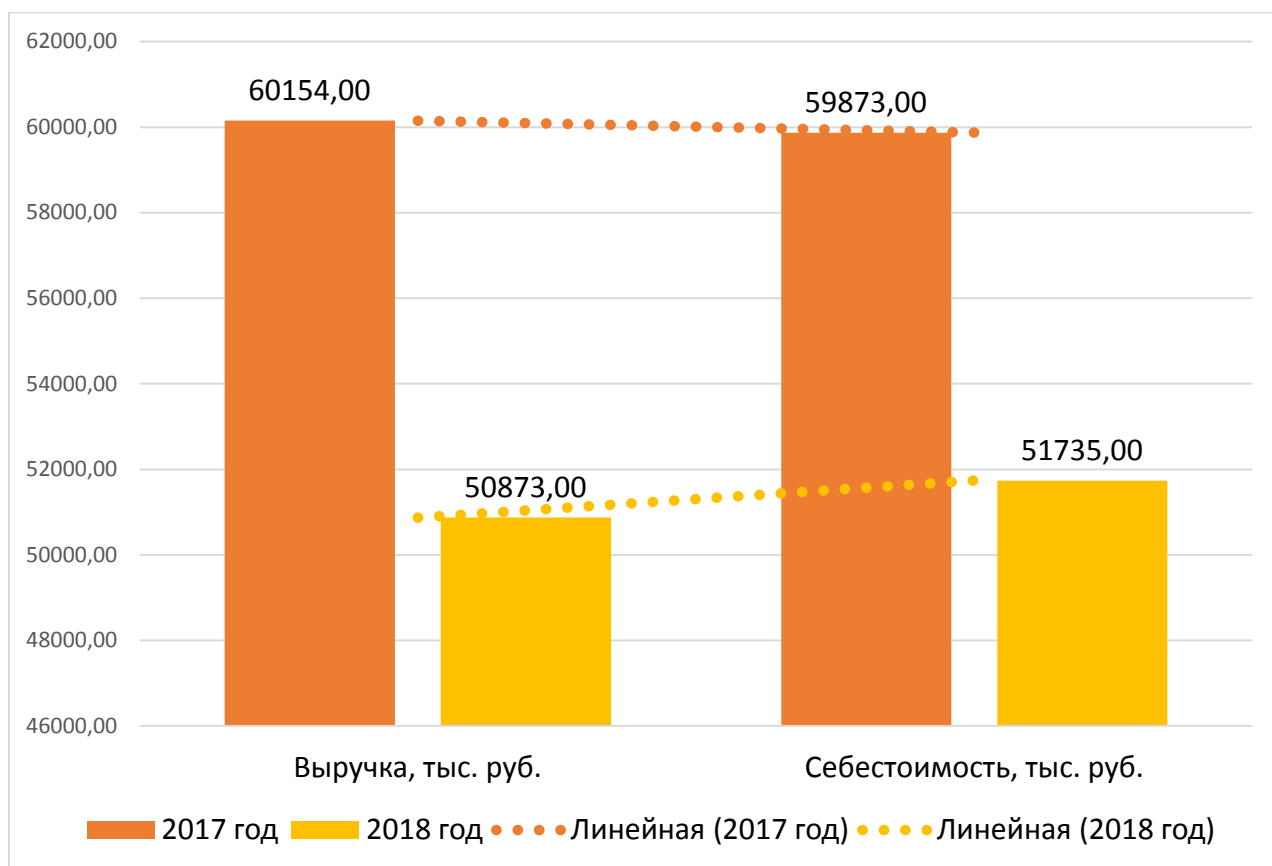


Рисунок. 2.10 – Динамика выручки и себестоимости предприятия «Виразж» за период 2017-2018 годы

Снижение выручки и увеличение себестоимости приводит к тому, что происходит более существенное снижение валовой прибыли предприятия «Виразж» на -1 143,0 тыс. руб., или на 12,32 % в 2018 году.

Тенденция снижения прибыли происходит на фоне увеличения других расходов (в частности, коммерческие расходы увеличиваются на 152,0 тыс. руб. или на 8,44 %, управленческие расходы увеличиваются на 70,0 тыс. руб., или на 10,77 % в 2018 году по отношению к 2017 году).

Прибыль от продаж предприятия «Виразж» снижается в 2018 году по отношению к 2017 году на -1 365,0 тыс. руб., или на 19,99 %.

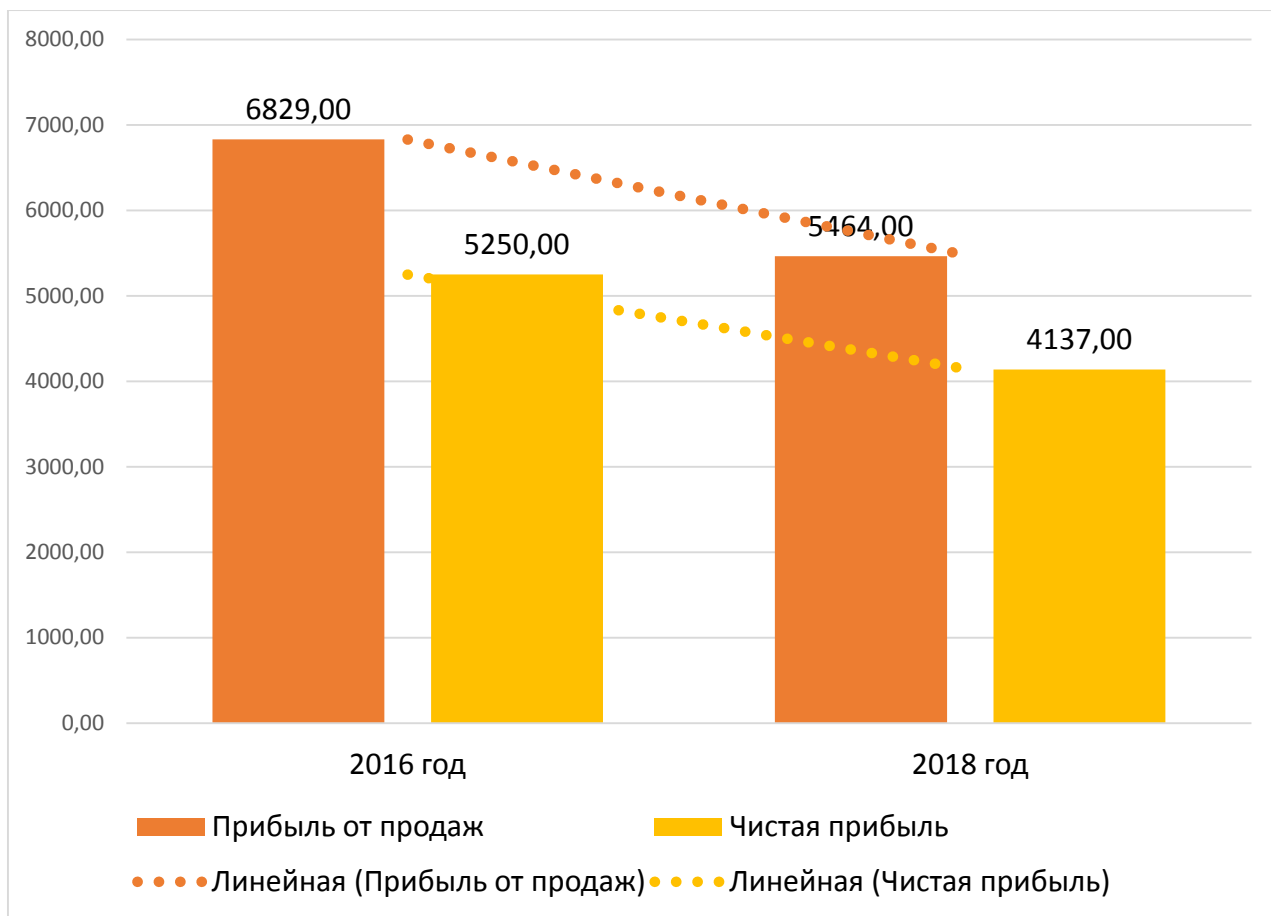


Рисунок. 2.12 – Динамика прибыли от продаж и чистой прибыли предприятия «Виразж» за 2017-2018 годы

За счет превышения процентов к уплате над процентами к получению, увеличивается прибыль до налогообложения предприятия «Виразж» в 2018 году по отношению к 2017 году на -1 391,0 тыс. руб., или на 21,19 %.

Чистая прибыль предприятия «Виразж» снижается в 2018 году по отношению к 2017 году в целом на -1 112,8 тыс. руб., или на 21,19 %.

Таблица 2.6 – Соотношение доходов и расходов предприятия «Вираж» за 2017-2018 годы

	2017 год	2018 год
Всего доходов	62 490,00	62 306,00
Всего расходов	57 239,60	58 158,40
Соотношение доходов и расходов	1,09	1,07

Соотношение доходов и расходов предприятия «Вираж» существенно не изменилось за анализируемый период. Коэффициент соотношения доходов и расходов в 2017 году составил 1,09, в 2018 году составил 1,07.



Рисунок. 2.13 – Соотношение доходов и расходов предприятия «Вираж» в 2017-2018 годах, коэффициент

Можно увидеть, что доходы предприятия выше расходов, но несущественно, что говорит о неэффективности экономической и финансовой деятельности. Получается, что предприятие зарабатывает столько, сколько было нужно для покрытия всех расходов, что говорит о недостаточной эффективности деятельности предприятия «Вираж» за период 2017-2018 годы.

При этом проблемой является тот факт, что доходы предприятия снижаются в 2018 году, а расходы увеличиваются, что сказывается на снижении чистой прибыли предприятия «Вираж» в 2018 году.

Коэффициент соотношения доходов и расходов предприятия «Вираж» снижается с 1,09 в 2017 году до 1,07 в 2018 году, что позволяет говорить о снижении доходов и увеличении расходов предприятия.

Далее необходимо рассчитать показатели рентабельности анализируемого предприятия «Вираж» за 2017-2018 годы.

$$\begin{aligned} & \text{Рентабельность продаж (Рпр)} = \\ & = (\text{прибыль от продаж} / \text{выручка}) * 100 \end{aligned} \quad (2.1)$$

$$\text{Рпр 2017 год} = (6\,829,0 / 60\,154,0) * 100 = 11,4 \%$$

$$\text{Рпр 2018 год} = (5\,464,0 / 59\,873,0) * 100 = 9,1 \%$$

На фоне снижения прибыли наблюдается снижение рентабельности продаж предприятия «Вираж» на 2,3 % в 2018 году по отношению к 2017 году.

$$\begin{aligned} & \text{Рентабельность производства (Рпр-ва)} = \\ & = (\text{валовая прибыль} / \text{себестоимость}) * 100 \end{aligned} \quad (2.2)$$

$$\text{Рпр-ва 2017 год} = (9\,281,0 / 50\,873,0) * 100 = 18,2 \%$$

$$\text{Рпр-ва 2018 год} = (8\,138,0 / 51\,735,0) * 100 = 15,7 \%$$

Рентабельность производства предприятия «Вираж» также снижается в целом на 2,5 % в 2018 году по отношению к 2017 году.

$$\begin{aligned} & \text{Рентабельность активов (Ра)} = \\ & (\text{прибыль до налогообложения} / \text{оборотные активы}) * 100 \end{aligned} \quad (2.3)$$

$$Pa_{2017 \text{ год}} = (6\,563,0 / 16\,136,0) * 100 = 40,7 \%$$

$$Pa_{2018 \text{ год}} = (5\,172,0 / 16\,795,0) * 100 = 30,8 \%$$

Рентабельность активов предприятия «Виразж» также снизилась на 9,9 % в 2018 году по отношению к 2017 году.

Чистая рентабельность (Pч)

$$= (\text{чистая прибыль} / \text{выручка}) * 100 \quad (2.4)$$

$$Pч_{2017 \text{ год}} = (5\,250,0 / 60\,154,0) * 100 = 8,7$$

$$Pч_{2018 \text{ год}} = (4\,157,0 / 59\,873,0) * 100 = 6,9$$

Чистая рентабельность предприятия «Виразж» соответственно также снижается в 2018 году по отношению к 2017 году на 1,8 %.

В целом можно сделать вывод, что все показатели рентабельности предприятия «Виразж» на фоне снижения прибыли снижаются за анализируемый период, что говорит о снижении эффективности деятельности за 2017-2018 годы. Показатели рентабельности предприятия «Виразж» за период 2017-2018 годы приводятся в таблице 7.

Таблица 2.7 – Анализ показателей рентабельности предприятия «Виразж» за 2017-2018 годы

Показатель	2017 год	2018 год	Абсолютное отклонение, +/-
1. Рентабельность продаж	11,4	9,1	- 2,3
2. Рентабельность производства	18,2	15,7	- 2,5
3. Рентабельность активов	40,7	30,8	- 9,9
4. Чистая рентабельность	8,7	6,9	- 1,8

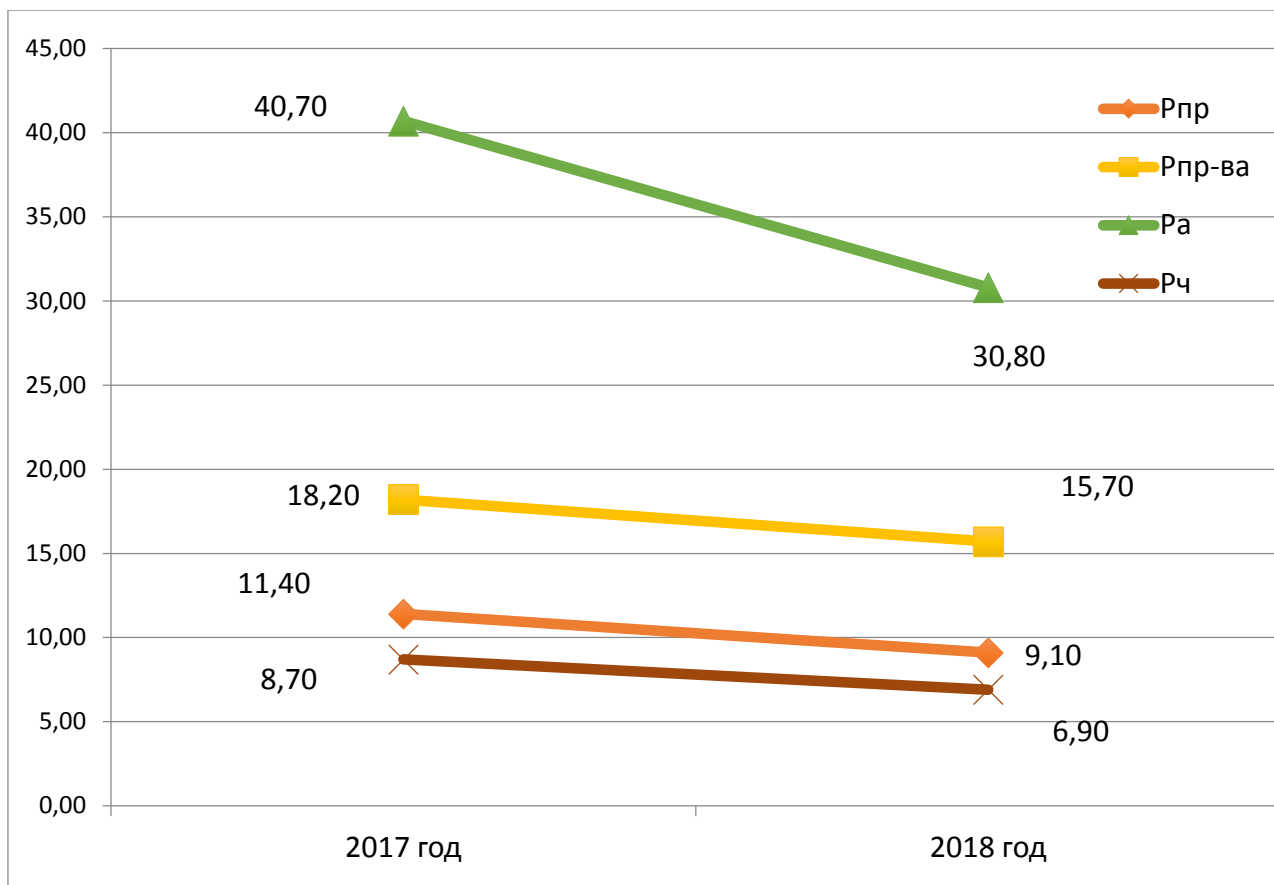


Рисунок 11 – Показатели рентабельности предприятия «Виразж» за период 2017-2018 годы

Таким образом, проведенный анализ прибыли позволяет сделать следующие выводы. В целом предприятие «Виразж» демонстрирует снижение эффективности деятельности за 201-2018 годы, что можно увидеть по снижению показателей прибыли и рентабельности за период.

Основной проблемой в финансовой деятельности предприятия «Виразж» является тот факт, что происходит снижение выручки в 2018 году по отношению к 2017 году на -281,0 тыс. руб., или на 0,47 %.

Снижение выручки говорит о том, что предприятие не эффективно в своей финансовой деятельности за анализируемый период.

Также кроме снижения выручки можно увидеть более серьезную проблему в финансовой деятельности предприятия «Виразж», на фоне снижения выручки происходит увеличение себестоимости предприятия в 2018 году по отношению к 2017 году на 862,0 тыс. руб., или на 1,69 %.

Таким образом, снижается выручка (доходы) предприятия, но при этом повышается себестоимость (расходы) за анализируемый период.

Отмечалось в работе, что снижение выручки предприятия происходит на фоне роста себестоимости предприятия, что говорит о снижении эффективности деятельности предприятия «Вираж».

Тенденция снижения прибыли происходит на фоне увеличения других расходов (в частности, коммерческие расходы увеличиваются на 152,0 тыс. руб. или на 8,44 %, управленческие расходы увеличиваются на 70,0 тыс. руб., или на 10,77 % в 2018 году по отношению к 2017 году).

Прибыль от продаж предприятия «Вираж» снижается в 2018 году по отношению к 2017 году на -1 365,0 тыс. руб., или на 19,99 %.

За счет превышения процентов к уплате над процентами к получению, увеличивается прибыль до налогообложения предприятия «Вираж» в 2018 году по отношению к 2017 году на -1 391,0 тыс. руб., или на 21,19 %.

Чистая прибыль предприятия «Вираж» снижается в 2018 году по отношению к 2017 году в целом на -1 112,8 тыс. руб., или на 21,19 %.

Коэффициент соотношения доходов и расходов предприятия «Вираж» снижается с 1,09 в 2017 году до 1,07 в 2018 году, что позволяет говорить о снижении доходов и увеличении расходов предприятия.

Доходы предприятия выше расходов, но незначительно, что говорит о неэффективности экономической и финансовой деятельности. Получается, что предприятие зарабатывает столько, сколько было нужно для покрытия всех расходов, что говорит о недостаточной эффективности деятельности предприятия «Вираж» за период 2017-2018 годы.

При этом проблемой является тот факт, что доходы предприятия снижаются в 2018 году, а расходы увеличиваются, что сказывается на снижении чистой прибыли предприятия «Вираж» в 2018 году.

Таким образом, все показатели рентабельности предприятия «Вираж» на фоне снижения прибыли снижаются за анализируемый период, что говорит о снижении эффективности деятельности за 2017-2018 годы.



## **Глава 3. Разработка мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж»**

### **3.1 Мероприятия по увеличению прибыли предприятия «Виразж»**

Проведенный в работе анализ экономических и финансовых показателей и анализ прибыли предприятия «Виразж» выявил некоторые проблемы в финансовой и экономической деятельности предприятия.

В частности, отмечалось снижение прибыли и рентабельности предприятия за период 2017-2018 годы и увеличение себестоимости.

Увеличение прибыли предприятия согласно литературным данным стандартно идет по двум основным направлениям, в частности:

- 1) Увеличение доходов (выручки) от реализации.
- 2) Снижение расходов (себестоимости) реализации.

Также в мероприятия по увеличению прибыли включается:

- 3) Снижение расходов (управленческих, коммерческих).

В рамках данных направлений и формируются более частные мероприятия по увеличению прибыли предприятия.

Можно разработать основные направления по увеличению прибыли предприятия «Виразж» с учетом проведенного анализа.

- 1) Увеличение доходов предприятия «Виразж» за счет оптимизации ассортиментных групп продукции. На предприятии не ведется тщательный анализ наиболее продаваемых и наименее продаваемых групп товаров, что приводит к накоплению запасов, так как непродаемые группы продукции просто лежат на складе.
- 2) Снижение себестоимости закупок путем тщательного анализа поставщиков и проведения «рейтинга поставщиков».
- 3) Увеличение прибыли предприятия «Виразж» путем увеличения количества при помощи грамотной и эффективной рекламной кампании продукции предприятия в сети Интернет.



Рисунок. 3.1– Дерево целей мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж»

Таким образом, согласно дереву целей для предприятия «Виразж», представленном на рис. 3.1 можно увидеть, что предлагается три мероприятия по увеличению прибыли в долгосрочной перспективе.

Мероприятие 1 – Оптимизация ассортиментных групп предприятия «Виразж» при помощи применения ABC-анализа ассортимента. В рамках данного мероприятия предлагается проведение постоянного анализа ассортимента продукции при помощи ABC-анализа.

Мероприятие включает:

- Анализ рынка.
- Выявление продаваемых и непродаемых групп продукции при помощи ABC-анализа.
- Закупка продаваемых групп продукции.
- Снижение запасов и закупок непродаемых групп продукции.

В данном случае надо либо полностью отказаться от групп товаров, продажи по которым низкие за отчетный период, либо оптимизировать ассортимент таким образом, чтобы данная продукция продавалась.

Как ранее отмечалось в работе, основные ассортиментные группы продукции, реализуемые предприятием «Виразж», следующие:

1. Шины и диски;
2. Детали технического обслуживания;
3. Аккумуляторы;
4. Кузовные запчасти;
5. Масла, тосол и антифриз;
6. Электрика (лампы и др.);
7. Инструменты;
8. Автохимия;
9. Аксессуары.

По представленным группам номенклатура товарного ассортимента предприятия «Виразж» превышает 1000 наименований продукции. Необходимо провести ABC-анализ ассортимента продукции.

ABC-анализ позволяет выделить три группы продукции:

Группа А – наиболее продаваемые группы продукции.

Группа В – продаваемые группы продукции.

Группа С – менее продаваемые или не продаваемые группы продукции.

ABC-анализ ассортиментных групп продукции предприятия «Виразж» за 2018 год приводится далее в таблице 3.1

Таблица 3.1 – ABC-анализ ассортиментных групп продукции предприятия «Виразж» за 2018 год

Наименование группы	Объем выручки, тыс. руб.	Доля, %	Накопленная доля, %
Шины и диски	13 128,0	22,0 %	22,0 %
Аккумуляторы	10 782,0	18,0 %	40,0 %
Кузовные запчасти	9 652,0	16,1 %	56,1 %
Инструменты	7 876,0	13,2 %	69,3 %
Электрика	5 769,0	9,6 %	78,9 %
Масло, тосол и антифриз	4 998,0	8,3 %	87,2 %
Детали ТО	3 371,0	5,6 %	92,8 %
Автохимия	2 526,0	4,2 %	97,0 %
Аксессуары	1 771,0	3,0 %	100,0 %
Итого	59 873,0	100 %	

Можно четко увидеть, что к группе товаров А относятся:

- Шины и диски;
- Аккумуляторы;
- Кузовные запчасти.

Предприятие должно сделать акцент на закупке именно наиболее продаваемых групп продукции, так как они пользуются повышенным спросом у потребителей согласно проведенному ABC-анализу.

К группе товаров В относятся:

- Инструменты;
- Электрика;
- Масло, тосол и антифриз.

К группе товаров С относятся:

- Детали технического обслуживания
- Автохимия;
- Аксессуары.

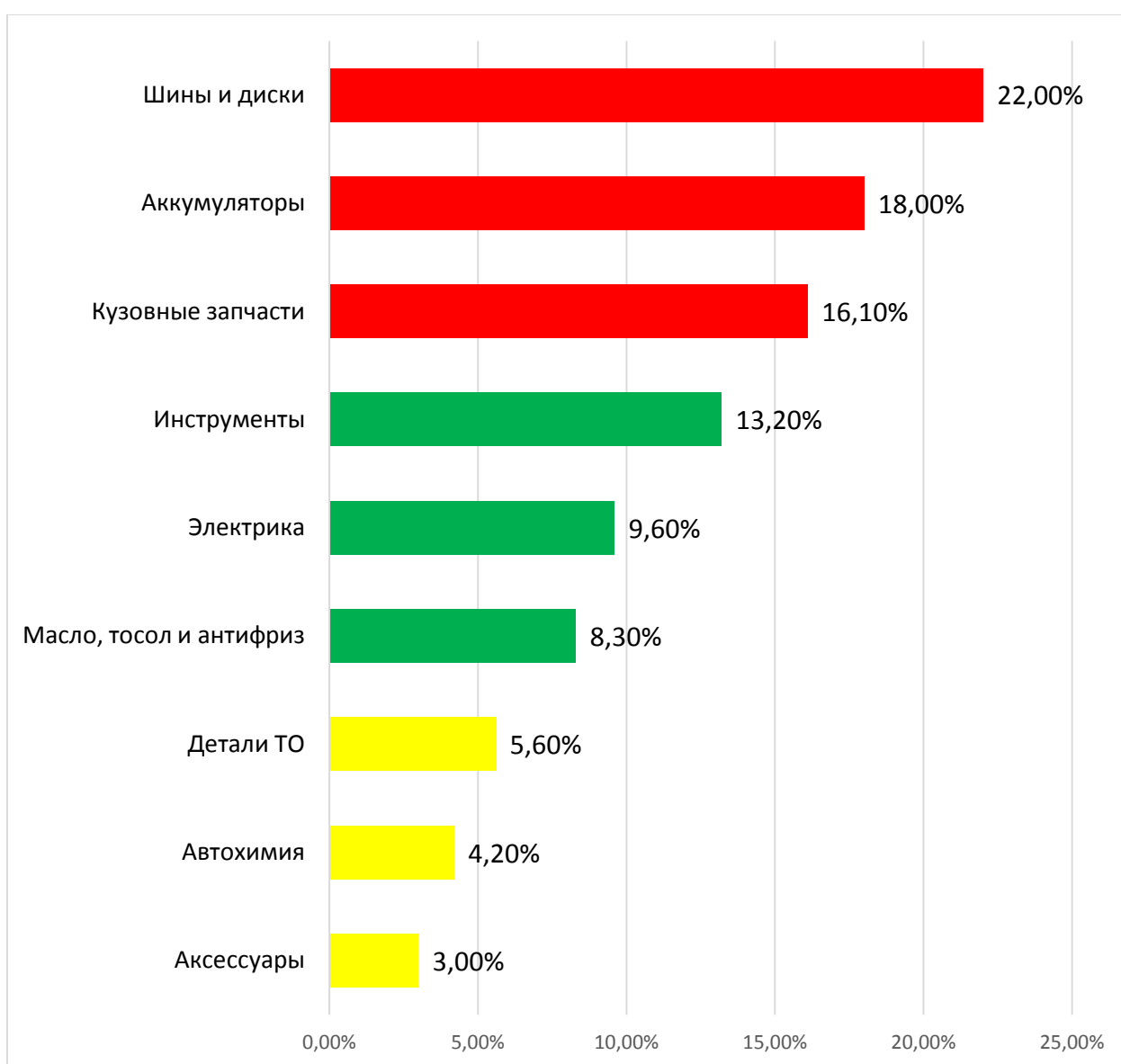


Рисунок. 3.2 – Результаты ABC-анализа продукции предприятия «Виразж» по товарным группам за 2018 год (в %)

По данным ABC-анализа четко можно выделить лидеров продаж и также ассортиментные группы, которые продаются слабо или не продаются вообще. Для внедрения данного мероприятия необходимо постоянно маркетинговое исследование рынка продаж автомобильных запчастей. Также необходимо постоянное обновление ассортимента именно по результатам ABC-анализа. В рамках данного мероприятия планируется внедрение новых ассортиментных групп и обновление старых ассортиментных групп.

Таблица 3.2 – Затраты на реализацию мероприятия 1 по увеличению прибыли предприятия «Виразж»

	Вид затрат	Общая стоимость (тыс. руб.)
	Единовременные затраты	
1	Затраты на исследования и ABC-анализ	55,0
	Текущие затраты	
2	Затраты на ABC-анализ в текущей деятельности	165,0
3	Затраты на обновление продукции (закупка новых ассортиментных групп продукции)	1 850,0
4	Итого затрат	2 070,0

Единовременных затрат на данное мероприятие на плановый 2019 год потребуется 55,0 тыс. руб. Далее затраты на проведение ABC-анализ входят в текущие затраты, так как на данный анализ будет выделяться сумма каждый месяц. Важно отметить, что текущие затраты не входят в расчет эффективности, так как производятся уже из прибыли каждый месяц. При этом сумма может меняться, в зависимости от результатов ABC-анализ.

Данные затраты быстро окупятся, так как будут полностью обновлены те ассортиментные группы продукции, которые продаются плохо и закуплены те группы продукции, которые продаются хорошо.

Далее в рамках увеличения прибыли предприятия «Виразж» предлагается следующее:

Мероприятие 2 – Снижение себестоимости продукции (при закупке) при помощи метода «рейтинга поставщиков». Речь идет о снижении издержек при оптовых закупках продукции посредством изменения самой системы закупок и применения «метода рейтинга поставщиков». В рамках данного мероприятия предлагается изменение процесса закупок продукции и внедрение мониторинга поставщиков.

Мероприятие включает:

- Внедрение в процесс закупок этапов анализа и мониторинга, и контроля за поставками продукции.
- Внедрение в деятельности отдела закупок метода «рейтинга поставщиков» для выявления оптимальных цен закупки продукции.

Как уже было понятно из анализа, проведенного ранее, предприятие «Виразж» не производит продукцию, но закупает запчасти и детали для автомобилей у оптовых поставщиков (производителей) и продает потребителям посредством «он-лайн» продаж.

Предлагаемое мероприятие направлено на снижение себестоимости (расходов) на закупаемую продукцию. В данном случае анализируемому предприятию необходимы дополнительные исследования, которые позволили бы определить не просто дешевые цены на закупаемую продукцию. Необходимо предложить поиск более выгодных цен на реализуемые группы товаров для снижения издержек предприятия «Виразж» и для поиска наиболее выгодных поставщиков продукции.

Для этого предлагается Внедрение рейтинговой оценки поставщиков готовой продукции. В рамках применения метода «рейтинга поставщиков» необходимо изначально выбрать основные критерии для выбора поставщиков: цена продукции, качество продукции, надежность поставки продукции, условия оплаты (полностью, кредит и др.), стабильность поставщика, финансовое состояние поставщика, возможность внеплановой поставки.

В настоящем исследовании для реализации данного мероприятия для предприятия «Виразж» предлагается выбрать 5 основных критериев:

- 1) Цена продукции (0,25);
- 2) Качество продукции (0,25)
- 3) Надежность поставки продукции (0,20);
- 4) Условия оплаты (0,15);
- 5) Стабильность поставщика (0,15);

По каждому критерию при помощи экспертов (руководителей и сотрудников отдела закупок) выставляется оценка (по 10-ти бальной шкале по возрастанию). Поставщику с самыми дорогими ценами на продукцию ставится оценка 1, поставщику с самыми дешевыми ценами на продукцию ставится оценка 10. Оценки выставляет менеджер по закупкам, специально нанятый для проведения данной работы, обращаясь иногда за помощью к экспертам. Экспертами выступают руководители отделов и топ-менеджеры предприятия «Виразж» и иногда руководители аналогичных организаций.

Оценка выставляется по разработанным критериям (таблица 3.3).

Таблица 3.3 – Рейтинговая оценка поставщика продукции (шин и дисков) предприятие «Колесо» (Санкт-Петербург)

Критерий оценки	Удельный вес критерия	Оценка значения по 10-бальной шкале	Произведение удельного веса на оценку
1. Цена продукции	0,25	7	1,75
2. Качество продукции	0,25	9	2,25
3. Надежность поставки	0,20	8	1,60
4. Условия оплаты	0,15	7	1,05
5. Стабильность поставщика	0,15	8	1,20

Расчет рейтинговой оценки поставщика шин и дисков предприятия «Колесо» осуществляется следующим образом:



$$\text{Цена продукции} = 7 (\text{оценка}) * 0,25 (\text{удельный вес}) = 1,75$$

$$\text{Качество продукции} = 9 (\text{оценка}) * 0,25 (\text{удельный вес}) = 2,25$$

$$\text{Надежность поставки продукции} = 8 (\text{оценка}) * 0,20 (\text{удельный вес}) = 1,60$$

$$\text{Условия оплаты} = 7 (\text{оценка}) * 0,15 (\text{удельный вес}) = 1,05$$

$$\text{Стабильность поставщика} = 8 (\text{оценка}) * 0,15 (\text{удельный вес}) = 1,20$$

Рейтинговая оценка поставщика получается путем сложения, оценка поставщика предприятия «Колесо» составила:

$$\text{Рейтинговая оценка} = 1,75 + 2,25 + 1,60 + 1,05 + 1,20 = 7,85$$

Итоговая оценка предприятия «Колесо» составляет 7,85 баллов, что является довольно высокой оценкой (максимальная оценка – 10 баллов).

Данная процедура расчетов будет проводиться относительно каждого поставщика, и каждый поставщик продукции получит рейтинговую оценку. Менеджер отдела закупок (который будет дополнительно нанят на работу в отдел закупок предприятия «Вираз» должен будет выбирать из всех поставщиков продукции наиболее подходящих по рейтингу.

После оценки рейтинга каждого поставщика принимается решение:

- Группа 1 – поставщики, попавшие в категорию с рейтингом от 7,0 до 10,0 баллов, считаются лучшей и наиболее эффективной категорией.
- Группа 2 – поставщики продукции с рейтингом 4,5 – 7,0 баллов будут отнесены в среднюю категорию.
- Группа 3 – поставщики продукции с рейтингом от 1 до 4,5 баллов не будут включены в базу, с ними не будут заключены договора на поставку продукции.

Предлагаемый метод «рейтинга» поставщиков позволит определить наиболее выгодных поставщиков для заключения договоров по поставкам.

Оптимизированная схема закупок с применением «рейтинга поставщиков» для предприятия «Вираз» приводится на рис. 3.3.



Рисунок. 3.3 – Оптимизированная схема закупок для снижения издержек при закупке продукции для предприятия «Виразж»

В предлагаемой схеме производственного процесса закупок предприятия «Виразж» (рис. 3.3) можно увидеть 7 основных этапов:

1. На первом этапе менеджер по закупкам (который будет принят на работу дополнительно) будет постоянно осуществлять мониторинг рынка оптовых продаж автомобильных запчастей.
2. На втором этапе будет применяться метод «рейтинга поставщиков» (описанный в работе ранее).
3. На третьем этапе будет осуществляться рассылка предложений и обсуждение деталей закупки продукции.
4. На четвертом этапе будет осуществляться заключение договоров с наиболее выгодными поставщиками запчастей.
5. На пятом этапе будет осуществляться доставка закупленной оптовой продукции на склад предприятия «Виразж».
6. На шестом этапе осуществляется непосредственно реализация продукции посредством «он-лайн» продаж.
7. На седьмом этапе будет осуществляться постоянный контроль за ценами закупок (также менеджером по закупкам).

Таким образом, можно увидеть, что в производственный процесс предприятия «Виразж» добавляется 2 этапа:

- 1) Регулярный анализ рынка оптовых продаж автомобильных запчастей.
- 2) Постоянный контроль за ценами закупок на запчасти.

Для данных двух этапов в отдел закупок будет принят на работу дополнительный менеджер по закупкам, который будет заниматься только реализацией дополнительных двух этапов и проведением «рейтинга поставщиков» по представленной в работе схеме.

Данное мероприятие позволит существенно снизить расходы при закупке автомобильных запчастей (снизить оптовые цены при закупке), что принесет предприятию «Виразж» дополнительную прибыль. Существенно изменится при этом распределение должностных обязанностей сотрудников

отдела закупок, так как для реализации этапа постоянного анализа и мониторинга рынка и применения «рейтинга поставщиков» потребуется дополнительный менеджер по закупкам (таблица 3.4).

Таблица 3.4 – Изменения должностных обязанностей сотрудников отдела закупок для оптимизации схемы закупок

Должность	Должностные обязанности
Начальник отдела закупок	Определение потребности в продукции.
Менеджер по закупкам 1	Анализ рынка и поиск новых поставщиков. Рейтинговый метод оценки поставщиков. Передача рейтинга поставщиков менеджеру 2.
Менеджер по закупкам 2	Составление сметы на закупки. Заключение договоров о поставках. Заказ продукции у поставщиков.
Менеджер по закупкам 3	Прием продукции на центральном складе. Мониторинг и контроль поставляемой продукции до этапа продажи покупателю.

В затратах на данное мероприятие необходимо учитывать затраты на заработную плату менеджера по закупкам, который будет нанят на работу. Оклад менеджера по закупкам на предприятии «Виразж» составляет 42,0 тыс. руб. в месяц, следовательно, затраты на заработную плату менеджера по закупкам в плановом периоде составят (текущие затраты):

$$42,0 * 12 \text{ месяцев} = 504,0 \text{ тыс. руб.}$$

Затраты на разработку нормативной документации и формирование нового процесса закупок на предприятии составят 35,0 тыс. руб.

Затраты на проведение исследований наиболее выгодных поставщиков для применения метода «рейтинга поставщиков» составят 80,0 тыс. руб.

Затраты на реализацию мероприятия 2 для предприятия «Виразж» в плановом периоде приводятся в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Затраты на реализацию мероприятия 2 по увеличению прибыли предприятия «Виразж»

№ п/п	Статья затрат	Сумма, тыс. руб.
1. Единовременные затраты		
	Затраты на проведение исследований наиболее выгодных поставщиков для применения метода «рейтинга поставщиков»	80,0
	Затраты на разработку нормативной документации и формирование нового процесса закупок	30,0
2. Текущие затраты		
	Затраты на заработную плату менеджера по закупкам в отдел закупок	504,0
Итого затрат		614,0

Таким образом, на реализацию мероприятия по применению «рейтинга поставщиков» предприятию «Виразж» потребуются единовременных затрат в размере 110,0 тыс. руб. и текущих затрат в размере тыс. руб.

Также для увеличения прибыли предприятия предлагается:

Мероприятие 3 – Повышение спроса на продукцию при помощи рекламной кампании. Необходимо повышение потребительского спроса и увеличение количества покупателей предприятия «Виразж» для увеличения доходов. Важно отметить, что предприятие «Виразж» работает в системе «онлайн» продаж, однако не применяет все доступные средства рекламы в телекоммуникационной сети Интернет. Работает только сайт предприятия и размещаются объявления на различных ресурсах.

В рамках совершенствования рекламной деятельности и проведения рекламной кампании продукции предприятия «Виразж» предлагается:

- Изменение рекламной деятельности предприятия.
- Разработка и проведение рекламной кампании в сети Интернет с использованием современных информационных технологий (таргетированная реклама, реклама в социальных сетях, контекстная реклама, баннерная реклама).

Таблица 3.6 – Затраты на мероприятие 3 по увеличению прибыли предприятия «Виразж»

№	Вид рекламы	Затраты на носитель, тыс. руб.	Кол-во носителей	Сумма, тыс. руб.
1	Реклама в сети Интернет:			
	- контекстная и баннерная реклама	12,0		144,0
	- таргетированная реклама	14,0	12 мес.	168,0
	- Push-уведомления (рассылка)	9,0		108,0
2	Реклама в социальных сетях:			
	- ВКонтакте	3,0		36,0
	- Фейсбук	6,5	12 мес.	78,0
	- Твиттер	4,5		54,0
	- Инстаграм	8,0		96,0
	Итого	57,0	-	684,0

Таким образом, на реализацию мероприятия по разработке и проведению рекламной кампании предприятию «Виразж» потребуется на плановый год 684,0 тыс. руб. Данные затраты можно считать сравнительно невысокими для анализируемого предприятия.

Важно подчеркнуть, что предложенные мероприятия имеют двойную направленность – на увеличение прибыли (1 и 3 мероприятия) и на снижение издержек предприятия «Виразж» (2 мероприятие), что должно дать положительный эффект по увеличению прибыли предприятия.

### 3.2 Оценка эффективности мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж»

В рамках разработки мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» в настоящей работе было предложено:

- 1) Мероприятие 1 – Оптимизация ассортиментных групп продукции при помощи ABC-анализа.
- 2) Мероприятие 2 – Снижение себестоимости продукции (при закупке) при помощи метода «рейтинга поставщиков».
- 3) Мероприятие 3 – Повышение спроса на продукцию при помощи рекламной кампании в сети Интернет.

Общая смета затрат на реализацию мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» приводится в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Смета затраты на реализацию мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» на плановый период

Мероприятие	Стоимость, тыс. руб.
Единовременные затраты	
Мероприятие 1	55,0
Мероприятие 2	110,0
Мероприятие 3	-
Текущие затраты	
Мероприятие 1	2 015,0
Мероприятие 2	504,0
Мероприятие 3	684,0
Итого затрат на мероприятия	3 368,0

На все предложенные мероприятия по увеличению прибыли предприятию «Виразж» потребуется затрат в размере 3 368,0 тыс. руб.

Единовременны затраты на реализацию мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» включаются в себестоимость предприятия. Текущие затраты также включаются в себестоимость, и данные затраты необходимо учитывать каждый год. Далее рассчитывается эффективность предложенных мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж».

Для расчета эффективности принимаются следующие значения.

Оптимизация ассортиментных групп продукции предприятия повысит объем продаж в плановом периоде на 5 %. Повышение обусловлено тем, что проведение дополнительных исследований и обновление ассортиментных групп приведет к тому, что наиболее продаваемые группы будут продаваться еще лучше, и не будут тратиться денежные средства на закупку продукции, которая продается плохо или вообще не продается.

Дополнительная выручка от реализации мероприятия 1 составит:

$$59\,873,0 * 5\% = 2\,994,0 \text{ тыс. руб.}$$

Применение метода «рейтинга поставщиков» направлено на снижение себестоимости, издержек при закупке продукции. Планируется снижение себестоимости и снижение затрат на оптовые закупки реализуемой продукции предприятия ТД «Виразж» в плановом периоде на 5 %.

Снижение себестоимости составит:

$$51\,735,0 * 5\% = 2\,587,0 \text{ тыс. руб.}$$

Однако себестоимость и увеличится на сумму затрат, необходимую для проведения мероприятий на 3 368,0 тыс. руб. То есть произойдет увеличение себестоимости предприятия в плановом периоде (необходимо от суммы затрат на мероприятия по увеличению прибыли отнять сумму снижения издержек):

$$3\,368,0 - 2\,587,0 = 781,0 \text{ тыс. руб.}$$



Рекламная кампания согласно данным рекламных и маркетинговых агентств (реклама в социальных сетях и другие виды современной рекламы в сети Интернет) повысит выручку предприятия «Виразж» в плановом периоде на 3 %. Дополнительная прибыль составит:

$$59\,873,0 * 3\% = 1\,797,0 \text{ тыс. руб.}$$

В работе за основу берется выручка и прибыль предприятия «Виразж» за 2018 год и далее путем увеличения выручки и снижения себестоимости рассчитываются финансовые результаты предприятия на плановый период. В данном расчете меняются только показатели выручки и себестоимости, остальные показатели принимаются в значении 2018 года.

Таблица 3.8 – Оценка эффективности мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» в плановом периоде

Показатели	До реализации мероприятий тыс. руб.	После реализации мероприятий тыс. руб.	Отклонение	
			Абс., тыс. руб.	Относит., %
Выручка	59873,00	64 664,00	+ 4791,00	108,00
Себестоимость продаж	51735,00	52 516,00	+ 781,00	101,51
Валовая прибыль	8138,00	12148,00	+ 4010,00	149,27
Коммерческие расходы	1954,00	1954,00	0	100,00
Управленческие расходы	720,00	720,00	0	100,00
Прибыль от продаж	5464,00	9474,00	+ 4 010,00	173,38
Проценты к получению	412,00	412,00	0	100,00
Проценты к уплате	583,00	583,00	0	100,00
Прочие доходы	2021,00	2021,00	0	100,00
Прочие расходы	2142,00	2142,00	0	100,00
Прибыль до налогообложения	5172,00	9182,0	+ 4010,00	105,11
Текущий налог на прибыль	1034,40	1836,4	+	105,11
Чистая прибыль	4137,60	7345,6	+ 3208,00	177,53

Можно четко увидеть согласно аналитической таблице 3.8, что цель исследования достигнута и происходит рост выручки и прибыли предприятия «Виразж» в результате реализации всех предложенных мероприятий.

Увеличение прибыли предприятия «Виразж» после реализации мероприятий по увеличению прибыли представлена на рис. 3.4.

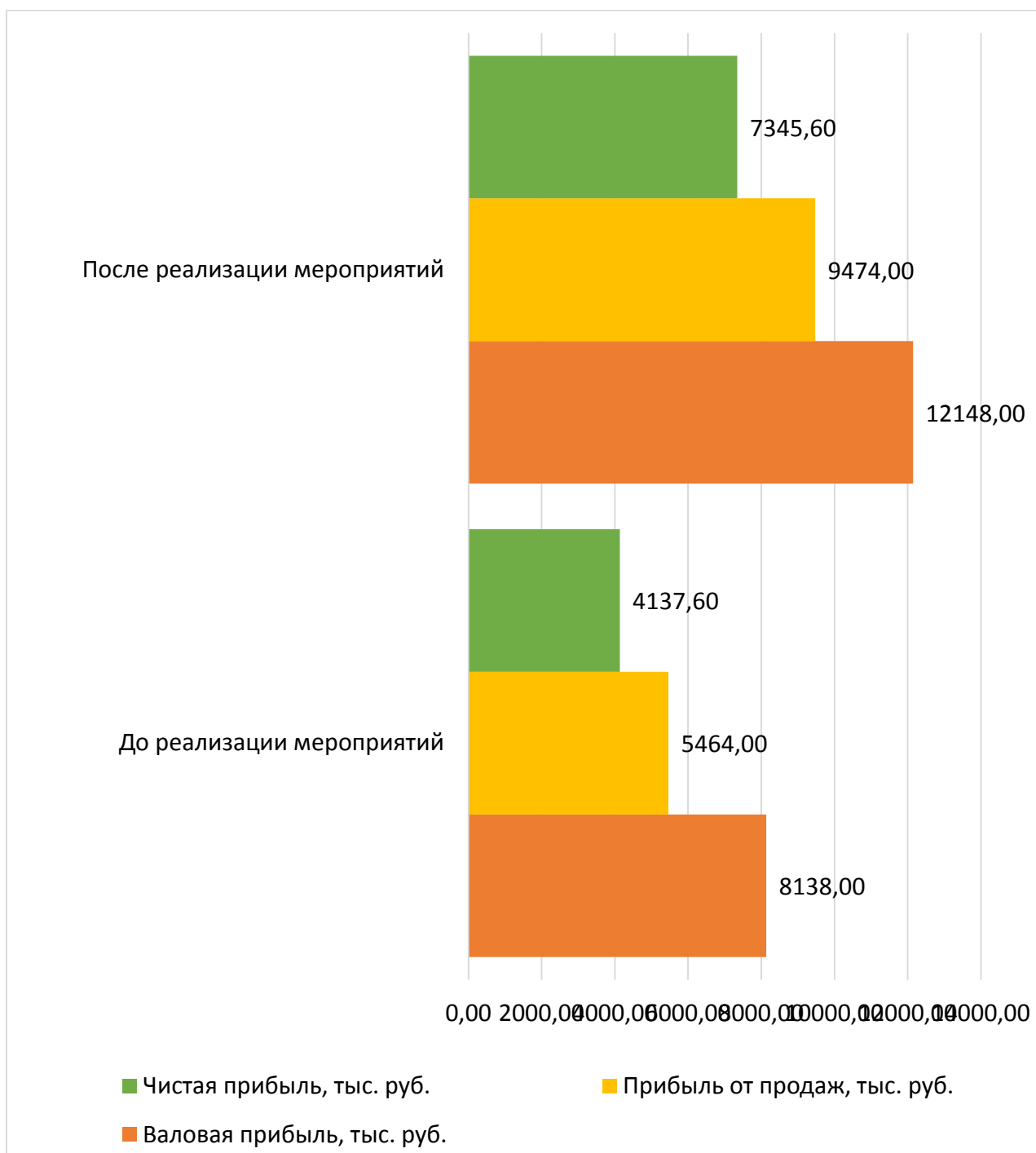


Рисунок. 3.4 – Динамика прибыли предприятия ТД «Виразж» после реализации мероприятий по увеличению прибыли (тыс. руб.)

Рост выручки после реализации мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» составляет 4 791,0 тыс. руб., или 8,00 %.

Рост себестоимости предприятия «Виразж» при этом после реализации предложенных мероприятий по увеличению прибыли за счет снижения издержек при закупках составляет 781,0 тыс. руб., или 5,51 %.

Важно учитывать, что в первый год реализации мероприятий заложены единовременные затраты в размере, которые не будут учитываться каждый год. Далее рост выручки предприятия «Виразж» будет составлять 8,0 %, а в себестоимость не будут заложены единовременные затраты.

Также происходит увеличение валовой (операционной) прибыли предприятия «Виразж» после реализации мероприятий по увеличению прибыли в плановом периоде на 4 010,0 тыс. руб., или 49,27 %.

Прибыль от реализации предприятия «Виразж» после реализации предложенных мероприятий по увеличению прибыли увеличивается в целом на 4 010,0 тыс. руб., или на 73,38 % в плановом периоде.

При этом чистая прибыль предприятия «Виразж» после реализации мероприятий по увеличению прибыли увеличивается в плановом периоде в целом на 3 208,0 тыс. руб., или на 77,53 %, что можно считать довольно высоким показателем повышения прибыли для предприятия.

Таким образом, предложенные мероприятия мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» являются экономически эффективными и обоснованными, так как повышают все показатели прибыли и финансовые результаты деятельности предприятия в плановом периоде. Высокий уровень повышения прибыли важен тем, чтобы перекрыть убытки, которые были отмечены в деятельности предприятия в 2018 году.

Происходит повышение прибыли предприятия «Виразж» в плановом периоде, что и являлось целью настоящего исследования. Предложенные мероприятия являются экономически эффективными и обоснованными и могут быть применены в практической деятельности предприятия.

## Заключение

Настоящее исследование было посвящено вопросам анализа прибыли, экономического содержания прибыли. Практический анализ прибыли проводился на примере предприятия «Виразж» в г. Санкт-Петербурге.

Анализируемое в работе предприятие «Виразж» является Интернет-магазином по продаже автомобильных запасных частей (запчастей) для грузовых и легковых автомобилей.

Основной вид деятельности предприятия «Виразж», зарегистрированного при ОКВЭД:

- 45.3 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями.

Основные ассортиментные группы продукции, реализуемые предприятием «Виразж», следующие:

- Шины и диски;
- Детали технического обслуживания;
- Аккумуляторы;
- Кузовные запчасти;
- Масла, тосол и антифриз;
- Электрика (лампы и др.);
- Инструменты;
- Автохимия;
- Аксессуары.

Проведенный анализ прибыли позволяет сделать следующие выводы. В целом предприятие «Виразж» демонстрирует снижение эффективности деятельности за 201-2018 годы, что можно увидеть по снижению показателей прибыли и рентабельности за период.

Основной проблемой в финансовой деятельности предприятия «Виразж» является тот факт, что происходит снижение выручки в 2018 году по отношению к 2017 году на -281,0 тыс. руб., или на 0,47 %.

Снижение выручки говорит о том, что предприятие не эффективно в своей финансовой деятельности за анализируемый период.

Также кроме снижения выручки можно увидеть более серьезную проблему в финансовой деятельности предприятия «Вираж», на фоне снижения выручки происходит увеличение себестоимости предприятия в 2018 году по отношению к 2017 году на 862,0 тыс. руб., или на 1,69 %.

Таким образом, снижается выручка (доходы) предприятия, но при этом повышается себестоимость (расходы) за анализируемый период.

Отмечалось в работе, что снижение выручки предприятия происходит на фоне роста себестоимости предприятия, что говорит о снижении эффективности деятельности предприятия «Вираж». Тенденция снижения прибыли происходит на фоне увеличения других расходов (в частности, коммерческие расходы увеличиваются на 152,0 тыс. руб. или на 8,44 %, управленческие расходы увеличиваются на 70,0 тыс. руб., или на 10,77 % в 2018 году по отношению к 2017 году).

Прибыль от продаж предприятия «Вираж» снижается в 2018 году по отношению к 2017 году на -1 365,0 тыс. руб., или на 19,99 %.

За счет превышения процентов к уплате над процентами к получению, увеличивается прибыль до налогообложения предприятия «Вираж» в 2018 году по отношению к 2017 году на -1 391,0 тыс. руб., или на 21,19 %.

Чистая прибыль предприятия «Вираж» снижается в 2018 году по отношению к 2017 году в целом на -1 112,8 тыс. руб., или на 21,19 %.

Коэффициент соотношения доходов и расходов предприятия «Вираж» снижается с 1,09 в 2017 году до 1,07 в 2018 году, что позволяет говорить о снижении доходов и увеличении расходов предприятия.

Доходы предприятия выше расходов, но незначительно, что говорит о неэффективности экономической и финансовой деятельности. Получается, что предприятие зарабатывает столько, сколько было нужно для покрытия всех расходов, что говорит о недостаточной эффективности деятельности предприятия «Вираж» за период 2017-2018 годы.

При этом проблемой является тот факт, что доходы предприятия снижаются в 2018 году, а расходы увеличиваются, что сказывается на снижении чистой прибыли предприятия «Виразж» в 2018 году.

Таким образом, все показатели рентабельности предприятия «Виразж» на фоне снижения прибыли снижаются за анализируемый период, что говорит о снижении эффективности деятельности за 2017-2018 годы.

В работе было предложено разработать основные направления по увеличению прибыли предприятия «Виразж» с учетом проведенного анализа и на основе анализа литературных источников:

- 1) Увеличение доходов предприятия «Виразж» за счет оптимизации ассортиментных групп продукции. На предприятии не ведется тщательный анализ наиболее продаваемых и наименее продаваемых групп товаров, что приводит к накоплению запасов, так как непродаемые группы продукции просто лежат на складе.
- 2) Снижение себестоимости закупок путем тщательного анализа поставщиков и проведения «рейтинга поставщиков».
- 3) Увеличение прибыли предприятия «Виразж» путем увеличения количества при помощи грамотной и эффективной рекламной кампании продукции предприятия в сети Интернет.

Для увеличения прибыли были предложены мероприятия:

Мероприятие 1 – Оптимизация ассортиментных групп предприятия «Виразж» при помощи применения ABC-анализа ассортимента. В рамках данного мероприятия предлагается проведение постоянного анализа ассортимента продукции при помощи ABC-анализа. Мероприятие включает:

- Анализ рынка.
- Выявление продаваемых и непродаемых групп продукции при помощи ABC-анализа.
- Закупка продаваемых групп продукции.
- Снижение запасов и закупок непродаемых групп продукции.

Мероприятие 2 – Снижение себестоимости продукции (при закупке) при помощи метода «рейтинга поставщиков». Речь идет о снижении издержек при оптовых закупках продукции посредством изменения самой системы закупок и применения «метода рейтинга поставщиков». В рамках данного мероприятия предлагается изменение процесса закупок продукции и внедрение мониторинга поставщиков. Мероприятие включает:

- Внедрение в процесс закупок этапов анализа и мониторинга, и контроля за поставками продукции.
- Внедрение в деятельности отдела закупок метода «рейтинга поставщиков» для выявления оптимальных цен закупки продукции.

Мероприятие 3 – Повышение спроса на продукцию при помощи рекламной кампании. Необходимо повышение потребительского спроса и увеличение количества покупателей предприятия «Виразж» для увеличения доходов. Важно отметить, что предприятие «Виразж» работает в системе «онлайн» продаж, однако не применяет все доступные средства рекламы в телекоммуникационной сети Интернет. Работает только сайт предприятия и размещаются объявления на различных ресурсах.

В рамках совершенствования рекламной деятельности и проведения рекламной кампании продукции предприятия «Виразж» предлагается:

- Изменение рекламной деятельности предприятия.
- Разработка и проведение рекламной кампании в сети Интернет с использованием современных информационных технологий (таргетированная реклама, реклама в социальных сетях, контекстная реклама, баннерная реклама).

На все предложенные мероприятия по увеличению прибыли предприятию «Виразж» потребуется затрат в размере 3 368,0 тыс. руб.

Согласно анализу эффективности был сделан вывод, что цель исследования достигнута и происходит рост выручки и прибыли предприятия «Виразж» в результате реализации всех предложенных мероприятий.

Рост выручки после реализации мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» составляет 4 791,0 тыс. руб., или 8,00 %.

Рост себестоимости предприятия «Виразж» при этом после реализации предложенных мероприятий по увеличению прибыли за счет снижения издержек при закупках составляет 781,0 тыс. руб., или 5,51 %.

Важно учитывать, что в первый год реализации мероприятий заложены единовременные затраты в размере, которые не будут учитываться каждый год. Далее рост выручки предприятия «Виразж» будет составлять 8,0 %, а в себестоимость не будут заложены единовременные затраты.

Также происходит увеличение валовой (операционной) прибыли предприятия «Виразж» после реализации мероприятий по увеличению прибыли в плановом периоде на 4 010,0 тыс. руб., или 49,27 %.

Прибыль от реализации предприятия «Виразж» после реализации предложенных мероприятий по увеличению прибыли увеличивается в целом на 4 010,0 тыс. руб., или на 73,38 % в плановом периоде.

При этом чистая прибыль предприятия «Виразж» после реализации мероприятий по увеличению прибыли увеличивается в плановом периоде в целом на 3 208,0 тыс. руб., или на 77,53 %, что можно считать довольно высоким показателем повышения прибыли для предприятия.

Таким образом, предложенные мероприятия мероприятий по увеличению прибыли предприятия «Виразж» являются экономически эффективными и обоснованными, так как повышают все показатели прибыли и финансовые результаты деятельности предприятия в плановом периоде. Высокий уровень повышения прибыли важен тем, чтобы перекрыть убытки, которые были отмечены в деятельности предприятия в 2018 году.

Происходит повышение прибыли предприятия «Виразж» в плановом периоде, что и являлось целью настоящего исследования. Предложенные мероприятия являются экономически эффективными и обоснованными и могут быть применены в практической деятельности предприятия.



## Список литературы

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. – 3-е изд. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2014. – 345 с.
2. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. – 2-е изд., доп.-М.: Финансы и статистика – 2015. – 314 с.
3. Балдина К.В., Антикризисное управление: Учеб. Пособие для студентов вузов / под ред.– М.: Гардарики, 2015. – 271 с.
4. Балычев С.Ю. Экономико-математический инструментарий финансового оздоровления российских предприятий. – М.: МЭСТИ, 2013. – 420 с.
5. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Инфра-М, 2016. – 215 с.
6. Виханский О.С., Стратегическое управление. Учебник для ВУЗов. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2014. – 405 с.
7. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник для вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд., стер. – М. : Магистр. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 575 с.
8. Выварец А.Д. Экономика предприятия: учебник / А.Д. Выварец. – М.: «Юнити-Дана, 2012. – 543 с.
9. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия. Учебник. Практикум. – 3-е изд.. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 336 с.
10. Жиделева В.В., Каптейн Ю.Н. Экономика предприятия. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2013. – 133 с.
11. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием. – 2-е изд., доп. – М.: Инфра-М, 2016. – 455 с.
12. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 253 с.
13. Ильин А.И., Волков В.П. Экономика предприятия. – М.: Новое знание», 2015. – 677 с.
14. Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. – М.: ТК Велби,

- Перспектив, 2014. – 624 с.
15. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ, РАН. Центр. экон.-мат. ин-т. – М.: Дело, 2014. – 568 с.
  16. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс. Пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. – 3-е изд. - М.-СПб.: Питер, 2015. – 263 с
  17. Котова Н.Н. Оценка эффективности бизнеса организации // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент», 2017, №2. С.7-11.
  18. Кравченко В.Н., Лысенко А.Ю. Диагностика и оценка эффективности основной деятельности предприятия // Экономика промышленности, 2016, №4, С. 145-152.
  19. Литвак Б.Г. Экспертные технологии в управлении: Учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2014. – 286 с.
  20. Лифиц И.М. Теория и практика конкурентоспособности товара и услуг. – М.: Юрайт-М, 2011. – 392 с.
  21. Лябушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Уч. пос. для ВУЗов. – М.: «Юнити-Дана», 2014. – 470 с.
  22. Менеджмент: учебно-практическое пособие для вузов по экономическим спец. / А. В. Игнатьева, М. М. Максимцов, И. В. Вдовина и др. – М.: Вузовский учебник; М. : ИНФРА-М, 2014. – 283 с.
  23. Петрув Э.В. Оценка финансовой эффективности деятельности генерирующей компании: выбор ключевого показателя. – Казань, 2013.
  24. Пласкова Н.С. Экономический анализ: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2014. – 704 с.
  25. Поршнева А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. Управление организацией. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2013. – 669 с.
  26. Предприятие и предпринимательство. Том 1. Предпринимательская среда / Кашшай Ш. – М.: Наука, 2014. – 436 с.
  27. Санович М.А. Разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности компании [Электронный ресурс] // 2016, No. 13(013-2016) –

28. Санович М.А. Разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности компании [Электронный ресурс] // 2015, No. 13(013-2015) – Режим доступа. – URL: <http://naukarastudent.ru/13/2336/> - свободный.
29. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 304 с.
30. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 528 с.
31. Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления: / Под ред. М. А. Чернышева. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 507 с.
32. Татюшкина Г.С. Организация коммерческой деятельности предприятия. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 132 с.
33. Титов В.И. Экономика предприятия: Деятельность и структура предприятия; Производственные и финансовые ресурсы; Управление и планирование. – М.: Изд-во «Эксмо», 2013. – 525 с.
34. Туровец О.Г. Организация производства и управление предприятием: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 316 с.
35. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения: Учебник. 5–е издание, переработанное и дополненное. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 314 с.
36. Финансовый менеджмент: теория и практика / Под ред. Е.С. Стояновой, изд. 3–е, доп. и пер. М.: «Перспектива», 2015.
37. Шеремет А.Д., Негашев Е.В., Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 208 с.
38. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 3–е изд.,. – М., 2014. – 718 с.