

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

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

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему Разработка рекомендаций по повышению прибыли и уровня
рентабельности предприятия

Исполнитель Солопов Алексей Юрьевич
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат экономических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

Семёнова Юлия Евгеньевна
(фамилия, имя, отчество)

**«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой**



(подпись)

Доктор экономических наук, профессор

(ученая степень, ученое звание)

Курочкина Анна Александровна

(фамилия, имя, отчество)

« » 2020 г.

Санкт–Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ И УРОВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	8
1.1. Формирование, распределение и использование прибыли на предприятии.....	8
1.2. Понятие и виды рентабельности	21
1.3. Методы расчёта рентабельности	26
2.ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ, РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	35
2.1 Организационная-экономическая характеристика предприятия ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	35
2.2. Анализ распределения и использования прибыли	44
2.3. Анализ рентабельности в ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	48
3.РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	55
3.1 Мероприятие по снижению дебиторской задолженности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	56
3.2. Мероприятие по снижению материальных затрат в ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	61
3.3. Мероприятие по внедрению модуля программного комплекса «Маркетинг-Аналитик»ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	75
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	81

ВВЕДЕНИЕ

Основной целью любого предприятия является получение и максимизация прибыли. Динамика финансового результата за определенный период отражает изменение собственного капитала в результате деятельности предприятия. Именно конечный финансовый результат (прибыль или убыток) деятельности предприятия интересуют собственники (акционеры) предприятия, потенциальных инвесторов, кредитные учреждения и пр. Таким образом, прибыль является важнейшим фактором стимулирования производственно-финансовой и инвестиционной деятельности предприятия.

Экономические и политические негативные тенденции в мире существенно влияют на развитие российской экономики, снижая ее эффективность.

Поэтому необходимо проводить постоянный контроль результативности, который предусматривал бы непрерывную регистрацию изменений в показателях рентабельности, сравнивая их с заданными критериями, что становится возможным, используя современную методологию анализа.

Прибыль является основной движущей силой рыночной экономики, одним из стимулирующих причин активизации предпринимательства, результативного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Также значение прибыли заключается в том, что она является одним из важнейших экономических инструментов механизма управления общественным производством и главным ресурсом производственно-социального развития экономической системы, а также наиважнейшим элементом структуры государственного бюджета.

Прибыль является важнейшим инструментом для обеспечения самофинансирования и инновационного развития, а также создания бюджетов всех уровней и решения социальных задач на предприятиях. Оптимальные пропорции распределения прибыли, которые обеспечивают необходимые внутренние темпы роста производства и капитала, увеличение рыночной стоимости организации, рост совокупного дохода собственников могут быть достигнуты только путем проведения анализа сущности прибыли, процесса ее формирования и обособления налогооблагаемой части.

Одной из основных задач предприятий в условиях рыночной экономики является максимальное удовлетворение потребностей населения экономики в продукции, работах и услугах с высокими потребительскими свойствами и качеством при наименьших затратах, а также постепенное увеличение вклада в ускорение социально-экономического развития. Для того, чтобы осуществить данную задачу, предприятию необходимо обеспечить рост прибыли.

На сегодняшний день исследование учета и анализа формирования и распределения прибыли организации уделяется большое внимание, но, несмотря на это, существует множество вопросов, которые связаны с совершенствованием полностью достоверности учета формирования прибыли и поиском резервов ее роста, требующих углубленного изучения, с чем и обосновывается актуальность темы исследования.

Рентабельность необходимо рассматривать и анализировать как качественное включение критерия эффективности в систему управления предприятием. Стандартные показатели рентабельности, применяемые для оценки, позволяют лишь поверхностно судить о качественных изменениях результатов деятельности предприятия. Поэтому необходимо использовать системный и инновационный подход, комплексно анализируя частные показатели эффективности деятельности.

Анализ рентабельности должен опираться на органичную взаимосвязь всех ключевых индикаторов, которые позволяют комплексно оценить эффективность управления капиталом, ресурсам, деятельностью во целом по продажам, учитывая интерес различных групп пользователей информации и цели управления.

Обеспечение эффективного функционирования организаций требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во многом определяется умением ее анализировать. С помощью анализа изучаются тенденции развития, обосновываются планы и управленческие решения, исследуются факторы изменения результатов деятельности, выявляются резервы повышения эффективности производства, осуществляется контроль за их выполнением, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития.

Анализ рентабельности деятельности является научной базой принятия управленческих решений в бизнесе.

Актуальность темы обусловлена тем, что анализ рентабельности деятельности является необходимым элементом в системе управления предприятием. Результаты анализа рентабельности деятельности обеспечивают принятие квалифицированных управленческих решений.

Для обеспечения прибыльности своего дела предпринимателю следует глубоко анализировать сложившуюся ситуацию на рынке, а также внутри своего предприятия. Достижение главной цели – максимизации прибыли, возможно, только при правильном планировании деятельности предприятия. Анализ рентабельности деятельности предприятия является важнейшим условием успешного управления его финансами.

Проблема правильного управления доходностью предприятия и использования преимуществ компании, выраженного в росте рентабельности, рассматривается также в работах таких отечественных ученых, как: М. И. Баканов, В. И. Бариленко, С. Б. Барнгольц, А. П. Бархатов, Н. Р. Вейцман, Л. Т. Гиляровская, И. М. Дмитриева, О. В. Ефимова, И. В. Захаров, Н. Д. Ильенкова, В. В. Ковалев, Н. П. Кондраков, Н. П. Любушин, А. Ш. Маргулис, Ю. П. Маркин, М. В. Мельник, Е. В. Негашев, В. Д. Новодворский, В. Ф. Палий, В. В. Патров, В. И. Петрова, В. И. Подольский, И. И. Поклад, О. В. Рожнова, М. З. Рубинов.

Зарубежная теория в ряде случаев лежит в основе разработок отечественных ученых и настройке иностранных моделей экономического анализа и оценки финансовых результатов под реалии российского бухгалтерского учета и менеджмента. Косновным трудом в области оценки и управления рентабельностью зарубежных ученых мы можем отнести работы следующих ученых: Г. Дж. Александер, Х. Андерсон, Й. Бетге, Л. А. Бернстайн, М. Бретт, Ю. Бригхем, Дж. В. Бэйли, М. Ф. Ван Бреда, Т. Р. Карлин, Ч. Ли, В. МакКензи, Б. Нидлз, Ж. Ришар, Д. Стоун, Р. Томас, Г. Харман, К. Хеддервик, Э. С. Хедриксен, Э. Хелферт, К. Хитчинг, Дж. К. Ван Хорн, У. Ф. Шарп, Й. А. Шумпетер, Р. Энтони и др.

Объект исследования – ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».

Предмет исследования - прибыль предприятия, ее максимизация и оценка эффективности использования.

Цель выпускной квалификационной работы - разработать рекомендации по повышению прибыли и уровня рентабельности предприятия ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать теоретические основы повышения прибыли и уровня рентабельности предприятия.
2. Разработать механизм формирования, распределения и использования прибыли в ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».
3. Предложить мероприятия, направленные на повышение прибыли и рентабельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС».

Теоретической и методологической основой выпускной квалификационной работы послужили труды отечественных ученых экономистов и специалистов-практиков, таких как Савицкая В.А., Кодоцкий В.П., Колчина Н.В., Попова Л.А., Дюсембаева А.Б., Фирсова А.А., Шеремет А.Д., Терехова В.А. и других, публикуемых в периодической печати по исследуемой теме.

В ходе исследования применялись следующие общенаучные методы: анализ и синтез, моделирование, конкретизация и абстрагирование, классификация, группировка, системный и комплексный подходы к получению доказательств, а также абстрактно-логические методы исследования.

Научная новизна выпускной квалификационной работы заключается в определении и конкретизации содержания прибыли как многофакторной категории, отличающейся динамичной и сложной структурой способствующей наращиванию экономического потенциала предприятия, в отличие от узкого понимания прибыли как разности между бухгалтерскими доходами и расходами.

Теоретическая и практическая значимость. Проведенное исследование содержит решение задач по рационализации функционирования механизма формирования и распределения прибыли ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС», с учетом возможностей их практической реализации на исследуемом и других аналогичных предприятиях.

Структура выпускной квалификационной работы отражает логику, порядок и

следования и решения поставленных задач. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников литературы, приложений.

1.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ И УРОВНЯ РЕНТАбельности ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Формирование, распределение и использование прибыли на предприятии

Финансовый результат компании есть нечто иное, как экономический эффект или отдача от ее деятельности [20, с. 47]. Главная цель любой коммерческой организации – получение прибыли. Можно утверждать, что ни одна компания не сможет долго существовать на рынке, если не будет получать доход от своей деятельности. Для того чтобы определить какую отдачу получает компания и необходимо проводить оценку финансового результата ее деятельности.

В современных условиях эффективность деятельности хозяйствующего субъекта зависит не только от размера получаемого финансового результата, но и от характера распределения прибыли. Чтобы повысить эффективность функционирования предприятия важно при распределении прибыли достичь оптимальности в удовлетворении интересов государства, организации и сотрудников. Государство заинтересовано получить как можно больше прибыли в бюджет от предприятия. Руководство стремится направить большую сумму прибыли на увеличение продукции, а сотрудники заинтересованы в повышении заработной платы. Эта заинтересованность объясняет то пристальное внимание, которое уделяется всеми перечисленными сторонами к процессу получения и распределения прибыли [26, с. 47].

В том случае, когда государство устанавливает для предприятия очень высокие ставки по налогам, в том числе по налогу на прибыль, происходит сдерживание производства, сокращается объем выпуска и реализации продукции, в последствии, сократятся и поступления средств в бюджет. При использовании прибыли только на выплату дивидендов акционерам, то эта проблема также может повториться. Из-за того, что не будут обновляться основные средства производства произойдет снижение

ние их производительности, далее уменьшится производство продукции, сократится собственный оборотный капитал, что в итоге может банкротить предприятие. При значительном снижении дивидендов может снизиться инвестиционная привлекательность предприятия. Поэтому на каждом предприятии должен быть найден оптимальный вариант распределения прибыли. Значительная роль в установлении необходимых пропорций распределения прибыли отводится анализу финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

В процессе анализа необходимо выявить и учитывать все факторы, изменяющие величину налога облагаемой прибыли, суммы выплачиваемых дивидендов, процентов, налога на прибыль, величину чистой прибыли, отчисления в фонды предприятия.

Часть прибыли изымается в бюджет государства в виде налога в сборов и используется на удовлетворение потребностей общества, а другая часть остается у предприятия и может направляться на выплату дивидендов акционерам, на расширение производства, создание резервных фондов и т. п.

В условиях конкуренции каждое предприятие стремится получить такой объем прибыли, который позволит ему удерживать и улучшать свои позиции на рынке сбыта и целенаправленно развивать производство. Это еще раз подчеркивает важность правильного распределения прибыли, грамотной реализации политики поощрения и формирования собственных ресурсов [22, с. 74].

Вокруг понятия прибыли и методов ее определения постоянно существовали споры. Так, например, Д. С. Моляков [33, с. 47] утверждал, что «По экономическому содержанию прибыль есть денежное выражение части стоимости прибавочного продукта». Т. А. Седаш в свою очередь считал, что «Прибыль, с одной стороны, суть экономическая категория, научная абстракция, выражающая определенные производственные и экономические отношения, а с другой стороны - часть стоимости совокупного национального продукта (ВВП), стоимости прибавочной стоимости (прибавочного продукта). В реальной же экономической жизни прибыль может принимать форму денежных средств, материальных ценностей, фондов, ресурсов и выгоды» [38, с. 74].

Разнообразие трактовок экономической природы прибыли обусловлено наличием различных школ экономической науки. Необходимо выделить, что данная категория интересов владельцев капитала начала формирования экономической науки. Таким образом, различные школы экономической науки рассматривали прибыль как :

- прибавочный труд наемных работников;
- ренту;
- процент на вложенный капитал;
- плату за предоставленные факторы производства;

-
вознаграждение за предпринимательскую деятельность в введении технических новшеств;

- награду за риск и неопределенность:
- «монопольный доход» [42, с. 59].

Одними из первых попытались объяснить сущность прибыли меркантилисты. Они утверждали, что прибыль возникает в сфере обращения, а именно во внешней торговле в результате продаж товаров за границей по более высоким ценам, чем те, по которым их купили. А. Смит писал, что как доход на капитал, прибыль определяется «стоимостью употребленного в дело капитала и бывает больше или меньше в зависимости от размеров этого капитала. Ее не следует путать с вознаграждением управляющих, которое находится в соответствии с количеством, тяжестью или сложностью этого предложенияемого труда по надзору и управлению». Карл Маркс, изучая труды предшественников (А. Смит, Д. Рикардо), пришел к выводу, что прибыль создается производительным трудом наемных работников, который является таковым, если:

- во -

первых, производит прибавочную стоимость, которая растет в форме «абсолютной», а «относительной прибавочной стоимости», позволяющей удешевлять ценность жизненных средств;

- во -

вторых, при признании, что производительный труд состоит в создании прибавоч

ную стоимость только в сфере производства, а не обращения.

К. Маркс считал источником прибавочной стоимости эксплуатацию, то есть неоплаченный прибавочный труд наемных рабочих. Он утверждал, что эксплуатация – это внешняя форма проявления сущности буржуазных экономических отношений. Вследствие этого, эксплуатация — это основа марксистской трактовки прибыли [29, с. 114].

Современная экономическая наука о сущности прибыли рассматривает прибыль как доход от использования факторов производства: труда, земли и капитала. Отрицая прибыль как присвоение неоплаченного наемного труда, она считает, что сущность прибыли вытекает из функций предпринимателя, которая включает:

- способность принять неординарные решения по управлению фирмой;

-

радикально изменять производственный процесс и производить новые виды продукции, тем самым внедрять инновацию;

-

способность проявлять инициативу с целью соединения ресурсов и выпуска нового товара и услуги;

- нести ответственность за принятые решения и экономический риск [9, с. 135].

Из вышеизложенного можно выделить следующие определения прибыли:

- а) прибыль – это плата за предпринимательскую деятельность;

- б) прибыль – это плата за талант в управлении фирмой, за новаторство;

- в) прибыль –

это плата за неопределенность результатов предпринимательской деятельности, за риск;

- г) прибыль – это доход производителя на рынке при монопольном положении.

Необходимо постоянно учитывать неопределенность и риск при рассмотрении и прибыли. В случае получения предпринимателем нормальной прибыли, у него будет возможность вложения ресурсов в определенную область производства.

При распределении прибыли, компания учитывает состояние рыночной среды, определяющей возможности расширения или необходимость снижения производс

твенных мощностей компании. Исходя из условий внешней среды, определяются пропорции отчислений в фонды, предназначенные для финансирования капиталовложений, увеличения оборотных активов, внедрения новых технологий и методов труда, обеспечения НИОКР и т. п.

Полученную прибыль компания может использовать в соответствии с нормами действующего законодательства и собственных учредительных документов. Схему распределения прибыли следующая:

- из сформированной прибыли уплачиваются все налоги и обязательные платежи в бюджет (на прибыль, землю, торговые сборы, таможенные сборы, рентные платежи и т. п.);

- из оставшейся в распоряжении компании чистой прибыли отчисляются средства в фонды накопления и потребления (резервный, инвестиционный, развития производства, дивидендный, социального развития, материального поощрения и другие предусмотренные уставом или учредительными документами). Нормативы отчислений в фонды устанавливаются компанией по предварительному согласованию с учредителями [17, с. 84].

При всем многообразии подходов к распределению прибыли и организационно-правовых форм предприятий, принципы распределения прибыли остаются одинаковыми для всех предприятий, равно как и направления ее использования, которые могут быть следующими:

- на накопление, т. е. развитие компании (образование и пополнение резервных и инвестиционных фондов, вложения в УК других компаний, финансовые инвестиции на разные сроки). Эта часть прибыли отражается в блоке нераспределенной и формирует фонды;

- на потребление, т. е. распределенная прибыль (выплата дивидендов, обеспечение соц

иальной и материальной поддержки персонала, приобретение акций, др.) [37, с. 67].

Законодатель регулирует распределение прибыли в части налоговых поступлений в бюджеты. Определение других направлений расхода оставшейся части прибыли – прерогатива компании. Порядок распределения и использования прибыли обязательно фиксируется в учредительных документах и утверждается руководителем компании.

Нормативы распределения прибыли не оговариваются законодателем, но определенное влияние, например, через льготы по налогам, стимулирует направленность прибыли на капитальные вложения, инновации, благотворительность и иные цели. Законодатель ограничивает размер резервного фонда, регулирует порядок формирования резерва по сомнительным долгам. Рассмотрим некоторые аспекты распределения прибыли в компаниях разных организационно-правовых форм.

Участники общества ограниченной ответственностью вправе распределять полученную прибыль или убыток согласно закону от 08.02.1998 года № 14-ФЗ (ред. от 23.04.2018) «Об обществах ограниченной ответственности» [6]. Общество вправе принимать решение о распределении прибыли, если:

- оплачен весь уставный капитал;

-

выплачена действительная стоимость доли или части доли участника общества;

-

отсутствуют признаки несостоятельности компании или указанные признаки не проявляются у общества в результате принятия решения о распределении прибыли общества ;

-

если стоимость чистых активов равна или превышает размер уставного капитала общества и резервного фонда или она не упадет ниже в результате принятия решения о распределении прибыли [6].

Решения по распределению чистой прибыли общества между членами общест

ва принимаются собранием его участников. Основными вопросами при распределении прибыли в обществе является: увеличение уставного капитала пропорционально увеличению долей участников общества; погашение убытков прошлых лет; выплата дивидендов. Увеличить уставный капитал возможно лишь после его полной оплаты при принятии такого решения 2/3 голосов. Часть прибыли, распределяемая на выплаты участникам общества, делится между ними пропорционально имеющимся у них долям в уставном капитале, при условии, что в уставе не оговорены иной алгоритм распределения.

В соответствии с федеральным законом от 26 декабря 1995 года № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» распределение прибыли в акционерном обществе за отчетный год относится к компетенции общего собрания акционеров [8].

Прибыль – главный источник финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта. Как экономическая категория прибыль представляет собой результат любой предпринимательской деятельности. Прибыль является одним из важнейших финансовых показателей плановой оценки хозяйственной деятельности предприятия. За счет прибыли происходит осуществление финансирования мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию предприятий, а также увеличение фонда оплаты труда их работников. Ведь предприятие любой формы собственности, которое получило финансовую самостоятельность и независимость, имеет право решать, куда и в каких размерах использовать прибыль, которая остается после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей.

Прибыль – это показатель, который наиболее четко отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, уровень себестоимости и состояние производительности труда.

В современных условиях предприятие не только стремится к получению максимальной прибыли, а именно к такому ее объему, позволяющему предприятию обеспечить прочное удержание своих позиций на рынке, также обеспечить стабильное развитие его производства в конкурентных условиях [22, с. 87].

Таким образом, каждому хозяйствующему субъекту перед началом производства продукции необходимо определить, какую прибыль, и какой доход в состоянии получить. Из чего следует, что прибыль – это основная цель предпринимательской деятельности, ее конечный результат.

Основным показателем, участвующим в системе расчетов рентабельности, выступает показатель выручки компании [32, с. 119] – дохода, полученного от продажи своей продукции покупателю, без учета произведенных расходов, уплаченных налогов и прочего. Данный показатель занимает первую строку Отчета о финансовом результате компании. Все дальнейшие показатели представляют собой статьи, уменьшающие или увеличивающие размер начальной выручки. Также в отчете присутствуют несколько промежуточных значений прибыли компании, которые также могут быть включены в систему расчетов показателей рентабельности: валовая прибыль, прибыль до налогообложения, чистая прибыль.

Валовая прибыль – разница между выручкой и себестоимостью реализованной продукции или услуги. Т.е. валовая прибыль компании представляет прибыль компании от обычной ее деятельности – реализации продукции, товаров, работ или услуг. В данном случае в расчет включается только производственная себестоимость, т.е. сумма затрат на материалы, сырье, работу оборудования и т.п. – элементы, участвующие непосредственно в создании готового продукта.

Если из валовой прибыли исключить коммерческие и общехозяйственные расходы, то мы получим прибыль от продажи или операционную прибыль – прибыль до уплаты процентов и налогов. Данный показатель прибыли заложено в расчете большинства показателей эффективности финансового результата компании в силу того, что содержит сумму чистой прибыли компании от обычных видов деятельности, необремененной налоговыми обязательствами. Это, в свою очередь, позволяет дать наиболее точную оценку эффективности собственно производства [29, с. 141].

Включение влияния на прибыль компании процентов и прочих доходов и расходов

дов позволяет рассчитать сумму прибыли до налогообложения –

базу для расчета налога на прибыль организации по ставкам в соответствии с Налоговым Кодексом Российской Федерации

[3]. Данный вид прибыли так же часто используется при расчетах показателей финансового результата хозяйственной деятельности компании в силу того, что он содержит результаты всех операций, производимых компанией. В данном случае, мы работаем со значением чистой прибыли компании до расчетов с государством.

Чистая прибыль является конечным финансовым результатом деятельности компании, который отражает абсолютную эффективность ее деятельности [18, с. 147]. Чистая прибыль компании может быть использована для инвестирования, выплаты дивидендов, расширения и модернизации производства и прочего. Наличие и рост чистой прибыли является одним из наиболее важных факторов развития компании. Чистая прибыль кладется в основу расчета большинства показателей эффективности деятельности предприятия, так как позволяет оценить ту норму «чистых» денег, необходимых никакими расходами или обязательствами, которая приходится на единицу выручки. Чем значение такой нормы выше, тем более прибыльной можно считать компанию.

Не менее важными для расчетов показателей рентабельности являются значения расходов компании. Все необходимые значения также можно обнаружить в Отчете о финансовом результате компании. Расходы компании можно разделить на расходы от основных видов деятельности и расходы от прочих видов деятельности. Основную часть расходов компании составляет себестоимость (затраты) произведенной продукции, коммерческие и управленческие расходы, налоги. К прочим расходам, способным повлиять на конечный финансовый результат, можно отнести проценты по выплатам по кредитам и займам, уплату пеней и штрафов, расходы на ремонт и другие прочие расходы [16, с. 88].

Некоторые показатели рентабельности отражают эффективность использования имущества компании. Информацию для проведения данных расчетов необходимо брать из Баланса компании. Так, например, в первом и втором его разделах размещается информация о внеоборотных (помещения, станки, заводы и т.п.) и оборотных (ма

териалы, запасы, денежные средства) активах компании, соответственно. Менеджментом компании может проводиться оценка эффективности использования данного имущества путем определения нормы отдачи в выручку на единицу такого имущества [15, с. 74]. Стоит заметить, что значения статей активов, отмеченные в Балансе, являются моментными и не характеризуют результат за весь отчетный период. В связи с этим, для дальнейших расчетов берутся усредненные показатели тех или иных активов, определенные на базе простой средней арифметической.

Информация в второй части баланса позволяет оценить эффективность использования источников формирования данного имущества: капитал, долгосрочные и краткосрочные обязательства. В данном случае, также, может проводиться оценка отдачи капитала на рубль выручки или прибыли компании, чтобы оценить эффективность использования таких источников. Ситуация пассива компании аналогична активам – моментные показатели, которые при анализе должны использоваться в формате простой арифметической средней.

Одной из главных задач каждого предприятия является получение большей прибыли при наименьших затратах. Как результативный показатель хозяйственной деятельности прибыль имеет зависимость от цены продукции и затрат на ее производство. Таким образом, прибыль тесно связана с неопределенностью будущих экономических явлений, которые невозможно предсказать достоверностью, а только с определенной долей вероятности.

Как экономическая категория прибыль отражает чистый доход, который создается в области материального производства в денежной форме, выполняет ряд очень важных функций [59, с. 218]:

1. Оценочная функция – это функция, наиболее полно отражающая уровень производства и дающая оценку эффективности хозяйственной деятельности всего хозяйствующего субъекта. Предприятие использует уровень прибыли как оценку итогов всей деятельности фирмы.

2. Распределительная функция прибыли заключается в том, чтобы перераспре

делять и распределять прибавочный продукт между государством и предприятием, между различными сферами деятельности, между работниками и предприятием. Наличие экономической прибыли влияет на наиболее эффективно распределение ресурсов между альтернативными способами их применения. Если на тот или иной товар существует высокий спрос, то это значит, что прибыль превышает среднее значение. Таким образом, этот товар абсолютно отвечает желаниям и потребностям потребителей. Вследствие этого, данный сектор становится привлекательным, и начинается борьба за возможность вложения в него ресурсов капитала. Вследствие такого перемещения ресурсов достигается эффективное функционирование экономики.

3. Стимулирующая функция прибыли связана с процессом экономического стимулирования предприятия и его работников. Данная функция связана с процессом распределения, формирования и использования прибыли. За счет чистой прибыли предприятие финансирует различные мероприятия, связанные с расширением производства, увеличением научно-технического и социального развития предприятия, а также формируется материальное поощрение работников [34, с. 78].

4. Фискальная функция – это функция, в которой прибыль является одним из главных источников отчислений в государственный и региональные бюджеты, и во внебюджетные фонды. Таким образом, средства, поступившие в бюджет в виде налогов, государство использует как основной источник финансирования, с помощью которого выполняются основные функции государства. Помимо этого, деньги могут быть направлены на удовлетворение общественных потребностей и реализацию государственных, инвестиционных, производственных, социальных, а также научно-технических программ. Вестинепрерывную производственную деятельность могут позволить себе предприятия, которые в состоянии получать достаточную прибыль, так как прибыль является одним из главных источников финансирования, для того, чтобы расширять масштабы производства. Такие предприятия владеют инвестиционными запасом в состоянии направить его на разработку новых методов управления, модернизацию фирмы, а также на применение продуктов научно-

технического процесса. Из вышеизложенного следует, что прибыль является стимулом как для развития предпринимательства, так и для создания предпосылок для возможности получения прибыли в будущем. Прибыль выступает необходимым условием для развития экономики и рыночного равновесия [37, с. 148].

5. Воспроизводственная функция –

это один из главных источников ресурсов расширенного воспроизводства. Раскрытие экономической природы прибыли, предпосылки ее образования и существования, и объективных общеэкономических закономерностей необходимо, но для понимания механизма формирования прибыли военно-строительных организаций в современных условиях недостаточно [62, с. 117].

Воспроизводственная функция связана с процессом обеспечения возможности самофинансирования предприятия, так как она является основой его экономического развития.

Получение прибыли является конечной целью любой предпринимательской деятельности, так как с ней связано происхождение прибыли. Наиболее содержательное определение прибыли дается в экономической литературе: «Денежная форма чистого дохода предпринимателя на вложенный капитал представляет собой прибыль, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разницу между совокупными затратами и совокупным доходом» [23, с. 122].

Изменение (рост или снижение) прибыли зависит от факторов, которые условно можно разделить на две большие группы:

- внутренние;
- внешние.

К внутренним факторам относятся: реализация продукции, снижение издержек производства, улучшение качества продукции, повышения отпускных цен, а также увеличение объема выпуска и реализации продукции. Данные факторы оказывают непосредственное влияние на размер прибыли организации и делятся на производственные и внепроизводственные.

Внепроизводственными факторами являются природоохранная деятельность

ысоциальные условия труда.

Производственные факторы связаны с использованием количества финансовых и трудовых ресурсов, а также средств и предметов труда.

Производственные факторы подразделяются:

- интенсивные;
- экстенсивные.

Экстенсивные факторы через количественные изменения: времени работы оборудования, численности персонала, финансовых ресурсов, фонда рабочего времени, объема средств и предметов труда воздействуют на процесс получения прибыли.

Интенсивные факторы на процесс получения прибыли воздействуют через качественные изменения [14, с. 99].

- повышение производительности и квалификации труда персонала;
- более эффективное использование финансовых ресурсов и совершенствование организации труда;
- снижение материалоемкости и трудоемкости продукции;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств;
- повышение качества производительности оборудования;
- использование инновационных видов материалов;

Внутренние факторы увеличения прибыли предприятия:

- компетентность менеджеров и руководства;
- уровень хозяйствования;
- уровень организации труда и производства;
- конкурентоспособность продукции;
- производительность труда;
- эффективности и состояние финансового и производственного планирования [14, с. 101].

Внешние факторы оказывают влияние на величину прибыли, но не могут зависеть от деятельности предприятия.

К внешним факторам относятся:

- государственноерегулированиецен,налоговыхставок,процентныхставок,штрафныхсанкцийидр.;
- конъюктурарынка;
- нормыамортизационныхотчислений;
- природныеусловия;
- уровеньценнапотребляемыетопливоно-энергетическиематериально-сырьевыересурсы.

Вышеуказанныефакторыоказываютвлияниенаприбыльненапрямую,ачезсебестоимостиобъемомреализуемойпродукции.

Такимобразом,главнаязадачапредприятиявусловияхрыночнойэкономикиявляетсявсемерноеудовлетворениепотребностейнародногохозяйстваигражданвегопродукции,работахислужбахсвысокимипотребительскимисвойствамиикачествомприминимальныхзатратах,увеличениевкладавускорениесоциально-экономическогоразвитиястраны.Дляосуществлениясвоейглавнойзадачипредприятиеобеспечиваетувеличениеприбыли.

Анализприбылинапредприятииисегоднястановитсячрезвычайноактуальным.Онпозволяетвыявитьосновныефакторыееероста,эффективноеиспользованиересурсов,потенциальныевозможностипредприятия,атакжеопределитьвлияниевнешнихивнутреннихфакторовнаразмерприбыли,порядокеераспределения [9, с. 115].

Размерыприбылиивозможностиеееростанаходятсявсложнойзависимостиотрядафакторов,важнейшиеизкоторыхследующие:

- объемреализации;
- структуратоварооборота;
-

величинадругихдоходовиврасходов,входящихвсоставприбыли(процентыполученныеиуплаченные,доходыотучастиявдругихорганизациях);

- уровеньналогообложенияприбыли.

1.2. Понятиеивидырентабельности

К основным показателям, которые характеризуют эффективность деятельности организации, по мнению А. Д. Шеремета, необходимо отнести именно показатели рентабельности [59, с. 117]. А. И. Алексеева, А. И. Васильев, Л. И. Ушвицкий показатели рентабельности рассматривают как финансовые коэффициенты, позволяющие увидеть изменения по результатам хозяйственной деятельности и определить проблемные области предприятия, указать направления для их решения [28, с. 81].

Колоссальное значение для увеличения прибыли предприятия имеют методы повышения рентабельности производства. Если предприятие получает прибыль, то оно уже в принципе автоматически считается рентабельным.

Показатели рентабельности, которые применяются в экономических расчетах, характеризуют относительную прибыльность. Различают 2 показателя: рентабельность продукции и рентабельность предприятия.

Рентабельность продукции измеряют в трех вариантах: рентабельность реализованной продукции, рентабельность товарной продукции и отдельного изделия.

Если говорить более простыми словами, то, в общем понимании рентабельность реализованной продукции показывает деловую активность компании. Деловая активность -

это способность предприятия по результатам своей экономической деятельности занять устойчивое положение на конкурентном рынке, это результативность работы предприятия относительно величины расходов ресурсов в процессе операционного цикла. А в узком смысле рентабельность реализованной продукции показывает, какую часть вырученных продаж товара денежными средствами можно отнести к прибыли.

Также еще можно дать такое определение, что рентабельность реализованной продукции -

это отношение прибыли от реализации продукции к ее полной себестоимости. Рентабельность изделия -

это отношение прибыли на единицу изделия к себестоимости этого изделия. Прибыль по изделию равна разности между его оптовой ценой и себестоимостью

Показатели рентабельности и доходности имеют одну общую экономическую

характеристику в том, что они отражают конечную эффективность работы предприятия, соответственно, выпускаемой им продукции. Самым главным из показателей уровня рентабельности является отношение общей суммы прибыли к производственным фондам.

Существует довольно много факторов, которые определяют величину прибыли и уровень рентабельности. И эти самые факторы можно подразделить на внутренние и внешние. Внешними являются те факторы, которые никаким образом не зависят от усилий данного коллектива какого-либо предприятия, это на пример изменение тарифов перевозки, изменение цен на материалы, продукцию, норм амортизации и т.д. Мероприятия, приводящие к изменению внешних факторов, проводятся уже в глобальном масштабе, и оказывают довольно серьезное воздействие на обобщающие показатели производственно-хозяйственной деятельности различных предприятий.

Структурные сдвиги в ассортименте продукции значительно влияют на величину той самой реализованной продукции, себестоимость рентабельность производства.

Показатели рентабельности, а точнее доходности являются общеэкономическими. Они отражают конечный финансовый результат и отражаются в бухгалтерском балансе и отчетности о финансовых результатах, о реализации, о доходах и о рентабельности.

Рентабельность является результатом производственного процесса, она формируется под влиянием факторов, связанных с снижением себестоимости, с повышением эффективности оборотных средств, и с повышением рентабельности продукции отдельных изделий. Общую рентабельность предприятия необходимо рассматривать как функцию ряда количественных показателей фонда отдачи основных производственных фондов, рентабельности реализованной продукции.

Концепцией бухгалтерского учета в рыночной экономике России установлено, что при определении финансового результата деятельности организации прибыль (убыток) за отчетный период рассчитывается как разница между доходами и расходами [5].

Информация отчета о финансовом результате компании позволяет произвести расчет ряда важных для анализа показателей, в том числе и показателей рентабельности, что является целью данной работы.

Прежде чем переходить непосредственно к формулам оценки рентабельности, отметим более точно определение рентабельности и рассмотрим существующие ее виды.

1. А. Д. Шерemet: «Рентабельность – «истинная эффективность», т.к. сама способность численности учитывать условия получения прибыли [59, с. 111].

2. Рентабельность (процентный капитал) – показатель эффективности единовременных и текущих затрат.

Важность исследования сущности рентабельности обуславливают потребности теории и хозяйственных практик. При этом ряд авторов отождествляет понятие «рентабельность» и категорию «доходность», а некоторые исследователи их разделяют.

Так, Н. С. Пласковой выделяется показатель доходности, который характеризуется отношением доходов к авансированному капиталу, источникам ресурсов, текущим расходам их составляющим, а также категория «рентабельность», отражающая отношение прибыли к авансированному капиталу, источникам ресурсов, текущим расходам их элементов [35, с. 142].

Иначе говоря, в данном подходе доходность отражает, сумму дохода, которую получило предприятие на каждый вложенный рубль капитала, активов, затрат, а рентабельность показывает сумму прибыли, которую получило предприятие на каждый рубль указанных категорий.

Подобную точку зрения озвучивает Л. Т. Гиляровская. Так, ею отмечается, что доходы, расходы и финансовые результаты выступают в качестве базы расчетов всеобщих показателей, которые характеризуют степень использования активов [17, с. 87].

Вряде прочих источниках данные понятия отождествляются. Так, например, А. Н. Полковский в своем труде отмечает, что для характеристики эффективности деятельности предприятия применяются коэффициенты рентабельности –

прибыльность или доходность [36, с. 122].

По мнению В.И. Бариленко В.И. показатели рентабельности выступают в качестве основы оценки прибыльности деятельности предприятий [12, с. 100].

В свою очередь В.Г. Артёменко отмечает, что коэффициенты рентабельности являются относительными показателями, способными охарактеризовать эффективность бизнеса [10, с. 44].

Вместе с тем М.В. Ефимов также выделяет коэффициенты рентабельности в качестве показателей для оценки эффективности бизнеса [21, с. 98].

С точки зрения Т.А. Симуниной прибыльность рентабельность следует относить к общему показателю эффективности производства и деятельности [60, с. 88].

Как указывает В.Д. Грибов, рентабельность является относительным показателем эффективности производства, который характеризует общую степень отдачи расхода и уровень использования ресурсов [19, с. 112].

Как утверждает Л.А. Чалдаева, показатели рентабельности дают возможность сопоставить результаты с общими расходами в стоимостном выражении. Это помогает оценивать эффективность основной деятельности организации, а также эффективность ее финансово-инвестиционной работы [55, с. 22].

В рамках данного исследования будем придерживаться позиции, что следует разделять данные категории, в силу того, что с помощью показателей доходности характеризуются отношения совокупного дохода к вложенному капиталу, источникам ресурсов и расходам предприятия, а при помощи коэффициентов рентабельности – отношения прибыли к указанным категориям. Кроме того, показатели рентабельности с учетом основных целей деятельности предприятий являются более весомыми, так как база для их расчета –

это финансовый результат, выраженный полученной прибылью.

Так, предприятие, у которого отмечается высокий уровень расходов, может появиться убыток уже на этапе реализации продукции. При этом, получая на первый взгляд значительный доход, у него будет низкий уровень рентабельности. Отсюда можно сделать вывод, что показатели рентабельности способны достаточно прозрачно отражать результативность ведения бизнеса, а также использование и размещение средств.

1.3. Методы расчёта рентабельности

Итак, рентабельность (прибыльность, доходность) выступает показателем соотношения доходов компании и затрат, что позволяет сделать выводы об эффективности деятельности компании, что выражается в доле (отдаче) произведенных затрат.

В общем виде:

$$\text{Рентабельность} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Затраты и ресурсы}}, \quad (1.3.1)$$

Как мы видим, во-первых, рентабельность есть относительный показатель, а во-вторых, по нему можно судить действительно эффективной хозяйственной деятельности компании только при условии получения последней прибыли. Если показатель рентабельности носит отрицательный характер – это говорит о убыточности деятельности компании. Это выражается в отрицательном значении прибыли в числителе дроби. Выше мы рассмотрели понятие, состав и структуру прибыли и ее форм для российской компании и определили статьи расходов, которые могут превышать сумму выручки и прочих доходов компании, что приводит к чистому убытку. Так, например, производство и сбыт могут способствовать получению операционной прибыли, но кредитная политика компании может способствовать значительным расходам в связи с уплатой долгов или процентов по обязательствам. Тогда, прибыль до налогообложения будет отрицательной.

Значение показателя позволяет сделать различные выводы об эффективности функционирования предприятия:

1. Рентабельность меньше единицы – прибыль компании меньше произведенных затрат. Т.е. на каждый затраченный на производство рубль, компания получает меньше рубля отдачи. Такая ситуация говорит о нерентабельности производства;

2. Рентабельность больше единицы – полученная прибыль превышает произведенные затраты. Каждый затраченный рубль позволил сформировать прибыль сверх данного рубля.

Таким образом, компания в своей деятельности должна стремиться к постоянному увеличению рентабельности. Рост рентабельности можно обеспечивать либо ростом доходных статей компании, либо сокращением расходов предприятия.

Информация о рентабельности производства компании является полезной и интересной для большого числа рыночных субъектов. Но установленная на сегодняшний день законодательством норма раскрытия финансовой информации о компании не позволяет проводить достаточную оценку. Остается только использование возможности инсайдерской (внутрикорпоративной, секретной) [7] информации. Вследствие этого, учеными предлагается внедрить в практику раскрытия финансово-экономической информации многоуровневого аналитического файла в формате «Информационной карты организации», предназначенной для широкого круга пользователей, систематизированных по категориям правового доступа (внутренние и внешние) [35, с. 88].

В системе показателей рентабельности выделяют следующие [28, с. 124]:

Рентабельность затрат на проданную продукцию:

$$P_{зпп} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Полная себестоимость}}, \quad (1.3.2)$$

Этот показатель отражает часть прибыли, приходящуюся на единицу полной себестоимости, и характеризует эффективность текущих затрат ресурсов на производство и продажу.

Как мы уже отметили выше, в состав полной себестоимости входит производственная себестоимость (ПрС), общехозяйственные расходы (ОХР) и коммерческие расходы (КР). Таким образом, мы можем расширить формулу следующего вида:

$$P_{зпп} = \frac{\text{Пр до уплаты налогов}}{\text{ПрС} + \text{ОХР} + \text{КР}}, \quad (1.3.3)$$

Данная формула позволит оценить влияние на рентабельность той или иной статьи расходов компании и выявить слабые места в структуре собственнo производства

Рентабельность продаж:

$$P_{пр} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка (нетто)}}, \quad (1.3.4)$$

Отражает величину прибыли, приходящуюся на единицу объема выручки, их характеризует уровень доходности продаж. В данном случае мы также можем выделить основные факторы, влияющие на динамику данного показателя. Так, прибыль от продаж представляет собой выручку, уменьшенную на величину полной себестоимости (ПС) производства. Тогда, формула 3 приобретет следующий вид:

$$P_{\text{пр}} = \frac{V - \text{ПС}}{V} = \frac{V - (\text{ПрС} + \text{ОХР} + \text{КР})}{V}, \quad (1.3.5)$$

Такая постановка формулы дает нам возможность оценить долю влияния каждого от отдельного фактора на результат рентабельности продаж. С этой целью проводится факторный анализ Рпр с помощью способа цепных подстановок. Данный метод состоит в следующем [33, с. 54]:

1. На первом этапе производится оценка влияния на рентабельность продаж собственно изменения объемов продаж при базисных ценах:

$$P_{\text{пр}} = \frac{V_1 - (\text{ПрС}_0 + \text{ОХР}_0 + \text{КР}_0)}{V_1} - P_{\text{пр}0}, \quad (1.3.5)$$

2. Далее, оценивается влияние изменения производственной себестоимости:

$$P_{\text{пр}} = \frac{V_1 - (\text{ПрС}_1 + \text{ОХР}_0 + \text{КР}_0)}{V_1} - P_{\text{пр}0}, \quad (1.3.6)$$

3. Далее, происходит оценка влияния изменения общехозяйственных расходов:

$$P_{\text{пр}} = \frac{V_1 - (\text{ПрС}_1 + \text{ОХР}_1 + \text{КР}_0)}{V_1} - P_{\text{пр}0}, \quad (1.3.7)$$

4. И по той же схеме идет оценка влияния изменения суммы коммерческих расходов:

$$P_{\text{пр}} = \frac{V_1 - (\text{ПрС}_1 + \text{ОХР}_1 + \text{КР}_1)}{V_1} - P_{\text{пр}0}, \quad (1.3.8)$$

Такой факторный анализ позволяет точно определить сильные и слабые стороны компании в рамках финансового управления собственным производством.

Выше мы уже отмечали, что расходы компании по обычным видам деятельности могут подразделяться на 5 групп. Включение таких групп в систему расчетов рентабельности производства (продаж) также позволяет факторно оценить эффективность (доходность) тех или иных статей затрат компании, которые обеспечивают ее основное функционирование. Такую модель факторного анализа можно представить в

следующей формуле:

$$P_{\text{пр}} = (1 - ME - ZE - AE - УПЗ), \quad (1.3.9)$$

где ME – материалоемкость;

ZE – зарплатоемкость;

AE – емкость амортизации;

УПЗ – уровень прочих затрат.

Для проведения факторного анализа по формуле 9 необходима более подробная информация о компании, которая, обычно, не предоставляется в открытых источниках.

Рентабельность продаж может оцениваться по-разному, в зависимости от того, какая статья доходов от продаж берется в числителе: рентабельность от продаж по прибыли от продаж, по прибыли до налогообложения, по чистой прибыли.

Так, например, представленная выше формула рентабельности продаж по прибыли до налогообложения может быть сведена к рентабельности по прибыли от продаж:

$$P = \frac{\text{ПДН}}{B} - \frac{P_{\text{пр}}}{B} * \frac{\text{ПДН}}{P_{\text{пр}}} = P_{\text{пр}} * K_{\text{пфр}}, \quad (1.3.10)$$

где $K_{\text{пфр}}$ – коэффициент соотношения ПДН и прибыли от продаж.

Рентабельность капитала, авансированного в активы (рентабельность активов):

$$P_A = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Средняя стоимость всех активов}}, \quad (1.3.11)$$

Отражает суммы прибыли, приходящиеся на единицу общей величины капитала, их характеризует эффективность использования всей совокупности активов организации. В рамках данного показателя может оцениваться эффективность различных форм активов компании, что определяется статей в знаменателе формулы: собственный капитал, чистые активы, акционерный капитал. В рамках данного показателя так же существует множество факторов, оказывающих на него влияние. Чтобы учесть их при расчетах, необходимо разработать многофакторную модель анализа.

$$P_A = \frac{\text{ПДН}}{A} = \frac{B}{A} * \frac{\text{ПДН}}{B} = \text{ОТА} * P_{\text{прп}}, \quad (1.3.12)$$

где $ОТА$ – коэффициент отдачи активов;

$R_{пр}$ –

рентабельность продаж, рассчитанная исходя из прибыли до налогообложения.

Отдача активов компании оценивается суммой выручки компании, приходящуюся на 1 рубль вложенных активов. Коэффициент отдачи активов является достаточно важным фактором хозяйственной деятельности предприятия, так как оценивает эффективность использования имущества компании. Если компания наблюдается сокращение отдачи активов, это говорит менеджменту о снижении производительности и ухудшении системы использования оборотных активов. Это может выражаться в снижении оборачиваемости запасов, увеличении сроков возврата дебиторской задолженности или покрытия НДС. Все это ведет к тому, что компания приходится использовать большее количество ресурсов для поддержания производства на прежнем уровне. Рост данного показателя дает дополнительный потенциал для развития производства –

позволяет использовать меньшее количество ресурсов при той же загрузке оборудования за счет ускорения их оборота [34, с. 87].

Так как в организации могут быть средства, не участвующие в предпринимательской деятельности, то учитываем это следующим образом:

$$ОТА = \frac{B}{A} = \frac{A_{п}}{A} * \frac{B}{A_{п}} = Y_{п} * ОТА_{п}, \quad (1.3.13)$$

где $ОТА_{п}$ – отдача активов, используемых в предпринимательских целях.

В большинстве компаний вся сумма активов используется в производстве (предпринимательской деятельности). Но, возможны случаи, когда часть активов используются под другим назначением, например, в компании могут присутствовать остатки вложений в необоротные активы.

В случае наличия задолженности учредителей по взносам уставный капитал, имеем следующую корректировку:

$$ОТА = Y_{р} * Y_{п} * ОТА_{п}, \quad (1.3.14)$$

где $Y_{р} = \frac{A_{р}}{A}$ – удельный вес активов, реально находящихся в обороте.

Для полного анализа влияния факторов на рентабельность активов в расчет вкл

ючается чистая прибыль:

$$P_a = \frac{ЧП}{A} = \frac{B}{A} * \frac{ЧП}{B} = ОТА * P_{прч}, \quad (1.3.15)$$

$$P_a = \frac{ЧП}{B} = \frac{Ппр}{B} * \frac{ПДН}{Ппр} * \frac{ЧП}{ПДН} = P_{пр} * K_{пфр} * K_{эд}, \quad (1.3.16)$$

где $K_{эд}$ – коэффициент соотношения чистой прибыли и ПДН.

Формула 15 так же носит название модели Дюпона по фамилии ученого экономиста, который первым ввел данную модель факторного анализа.

После всех преобразований мы получаем многофакторную модель оценки рентабельности активов в следующем виде:

$$P_a = Y_p * Y_n * ОТА_n * P_{пр} * K_{пфр} * K_{эд}, \quad (1.3.17)$$

Такая модель позволяет оценить эффективность использования активов компании, главное, определить долю влияния на данный показатель изменений различных факторов, что, в свою очередь, представляется весьма важным в системе принятия решений и разработки будущей финансовой политики компании. Так, если большое влияние на рентабельность оказывает прибыль до налога обложения, то компании необходимо принять активные меры по ее увеличению посредством, например, сокращения управленческих расходов и т.п. [31, с. 114].

Для оценки рентабельности чистых активов вышеотмеченная формула расширяется посредством включения в нее $K_{ча}$ – коэффициент соотношения средней стоимости всех чистых активов. Оценка рентабельности чистых активов, как уточненной стоимости собственного капитала, позволяет сделать выводы о том, какую прибыль компания получает на единицу активов компании, очищенных от влияния обязательств, задолженности и прочих пассивных статей.

Расчет рентабельности производственных фондов является еще одним важным этапом анализа эффективности финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия. Он позволяет дать оценку прибыльности отдельных фондов (активов) компании и оценить силу влияния изменений в объемах отдельных активов на совокупную доходность компании.

$$P_{пф} = \frac{Ппр}{ОПФ+З} = \frac{Ппр}{ПФ} = \frac{B}{ПФ} * \frac{Ппр}{B} = O_{пф} * P_{пр}, \quad (1.3.18)$$

где ОПФ–

средняя величина основных производственных фондов (основных средств);

З–средняя величина запасов;

ОПФ–отдача производственных фондов.

Таким образом, следуя формуле 18, рентабельность производственных фондов позволяет оценить, сколько единиц прибыли от продаж приходится на единицу вложенных основных средств в запасы компании.

Данная модель также позволяет проводить факторный анализ рентабельности по основному методу абсолютных разниц, который строится в несколько этапов:

1. Изменение рентабельности производственных фондов за счет изменений отдачи рассчитывается по следующей формуле:

$$P_{\text{пф}} = (O_{\text{пф1}} - O_{\text{пф0}}) * P_{\text{пр0}}, \quad (1.3.19)$$

2. Изменение рентабельности производственных фондов за счет изменения рентабельности продаж рассчитывается по следующей формуле:

$$P_{\text{пф}} = (P_{\text{пф1}} - P_{\text{пф0}}) * O_{\text{пр1}}, \quad (1.3.20)$$

Таким образом, Рпф может меняться либо за счет изменения суммы выручки, приходящейся на 1 рубль производственных фондов, либо за счет изменений рентабельности продаж. Так, например, компания может сильно увеличить Рпф, оставив рентабельность продаж на прежнем уровне, но значительно сократить сумму, например, запасов.

При этом изменение отдачи основных производственных фондов также может поддаваться анализу:

$$O_{\text{пф}} = \frac{B}{O_{\text{пф}} + Z} = \frac{\frac{B}{B}}{\frac{O_{\text{пф}}}{B} + \frac{Z}{B}} = \frac{1}{\Phi E + K_{\text{зз}}}, \quad (1.3.21)$$

где ΦE –коэффициент фондоемкости продукции;

$K_{\text{зз}}$ –коэффициент загрузки запасов.

Данная модель позволяет оценить долю влияния изменений необходимого размера основных средств и запасов для получения 1 единицы выручки.

Соотнесение формулы 20 и 18 дает нам возможность использовать трехфакторную модель оценки рентабельности производственных фондов:

$$P_{пф} = \frac{P_{пр}}{\Phi E + K_{зз}}, \quad (1.3.22)$$

Соотнесение же формулы 22 и 9 дает нам возможность принять для расчетов шести факторную модель оценки рентабельности производственных фондов компании:

$$P_{пф} = \frac{(1 - ME - ZE - AY - УПЗ)}{\Phi E + K_{зз}}, \quad (1.3.23)$$

Последняя формула, как мы уже отмечали, является достаточно сложной для расчета факторного моделирования, в первую очередь, в силу отсутствия возможности доступа к исчерпывающим данным. Поэтому в данной работе формула 23 приводит ся только лишь как теоретический пример.

Финансовая рентабельность является обобщающим показателем эффективности деятельности организации. В росте данного коэффициента в большей степени заинтересованы собственники капитала [33, с. 87].

$$P_{ск} = \frac{ЧП}{СК} = \frac{В}{СК} * \frac{ЧП}{В} = O_{ск} * P_{пчп}, \quad (1.3.24)$$

где $O_{ск}$ – отдача собственного капитала компании;

$P_{пчп}$ – рентабельность продаж, рассчитанная исходя из чистой прибыли.

Так как компания строит свою деятельность не только на базе использования собственного капитала, но, также, привлекает заемные средства, то рациональным будет включение в модель влияния изменения доли привлеченного капитала в общей его сумме. Тогда мы придем к трехфакторной модели:

$$P_{ск} = \frac{ЧП}{СК} = \frac{К}{СК} * \frac{В}{К} * \frac{ЧП}{В} = K_{ск} * O_{к} * P_{пчп}, \quad (1.3.25)$$

где K – сумма собственного и заемного капиталов компании;

$K_{ск}$ – коэффициент соотношения всего капитала и собственного.

$$K_{ск} = 1 + \frac{ЗК}{СК}, \quad (1.3.26)$$

Существуют более сложные модели факторного анализа рентабельности собственного капитала, которые, в основном, построены на расширении исходной модели за счет ранее в работе отмеченных.

Все вышеотмеченные формулы методики оценки показателей рентабельности формируют единую систему показателей рентабельности деятельности коммерческой организации, которая позволяет произвести целостную оценку эффективности

деятельности компании, выделить ее сильный и слабый стороны и наметить пути дальнейшегоразвития компании.

Таким образом, был рассмотренасущность рентабельности предприятия, охарактеризованы основные виды рентабельности, а также изучена методика оценки уровня рентабельности предприятия по основным ее видам.

Прибыль (убыток) представляет собой финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Финансовый результат деятельности организации формируется путем сопоставления доходов и расходов.

Кроме законов, указов Президента и постановлений Правительства и нормативных актов, которые являются основными, существует перечень нормативных актов дополняющих и регулирующих финансовые результаты деятельности предприятия в части, не противоречащей законодательству.

Рентабельность - это относительный показатель интенсивности производства, так как отражает уровень прибыльности относительно определенной базы. Фирма рентабельна, если суммы выручки от реализации продукции достаточно не только для покрытия затрат на производство и реализацию, но и для образования прибыли. Таким образом, рентабельность характеризует эффективность работы предприятия, дает представление о способности предприятия к приращению капитала.

С помощью рентабельности продукции оценивают эффективность производства отдельных видов изделий, а рентабельность производства, или общая, балансовая рентабельность, служит показателем эффективности работы предприятия (отрасли) в целом.

Повышению уровня рентабельности способствуют увеличение массы прибыли, снижение себестоимости продукции, улучшение использования производственных фондов. Показатели рентабельности используют при оценке финансового состояния предприятия.

Таким образом, оценка эффективности хозяйственной деятельности компании на базиса расчета системы показателей рентабельности вытекает, исходя из анализа и оценки значений Баланса и Отчета о финансовом результате компании с помощью ряда

формул, которые включают в себя те или иные статьи данных отчетных форм в зависимости от того, на каком этапе производственного процесса мы хотим определить прибыльность производства.

В данной главе были проанализированы теоретические основы понятия рентабельности и прибыли. Последовательно были рассмотрены основные элементы рентабельности, сущность понятия рентабельности и методы оценки рентабельности предприятия. Применение данных методов в рамках первой главы позволило нам сделать выводы относительно динамики показателей рентабельности предприятия. Изучение данных методов в рамках данной главы позволило выявить способы повышения уровня рентабельности предприятий в целом. Формированию данных рекомендаций, а также оценке их экономической эффективности посвящена следующая глава данного исследования.

2.

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ, РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ В ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС»

Общество ограниченной ответственностью ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» за зарегистрировано 19 октября 2016 по адресу 123007, Москва, проезд Хорошевский 3-й, дом 3а, пом. Х комн. 9. Официальное сокращенное наименование организации ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» [63].

Отрасль организации - 43.29 Производство прочих строительномонтажных работ (дополнительные виды деятельности представлены в Приложении 1). Размер уставного капитала 1 000 000 рублей. Учредителем (собственником) Предприятия является Наумов Игорь Владимирович (размер доли 10%) и ООО «Лидер-Проект» (размер доли 90%). Предприятие является юридическим лицом, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в учреждениях

хбанков, печать со своим наименованием, бланки, фирменное наименование, товарный знак (знак обслуживания) и другие реквизиты, регистрируемые в установленном порядке.

Предприятие приобретает права юридического лица с момента его государственной регистрации. Предприятие осуществляет свою деятельность в соответствии с законами и иными нормативными актами Российской Федерации, местными нормативными актами, а также настоящим Уставом и Договором о закреплении имущества на праве хозяйственного ведения, заключенным с Учредителем. Предприятие несет законную ответственность за результаты своей производственной, хозяйственной и финансовой деятельности и выполнения обязательств перед собственником имущества, поставщиками, потребителями, бюджетом, банками и другими юридическими и физическими лицами. Предприятие от своего имени приобретает и осуществляет имущественные права и несет обязанности, выступает истцом и ответчиком в суде в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации (арбитражном и третейском суде).

Предприятие планирует и осуществляет необходимые меры по защите работников и подведомственных объектов производственного и социального назначения от чрезвычайных ситуаций, создает резервы финансовых и материальных ресурсов для ликвидации чрезвычайных ситуаций.

Предприятие не отвечает по обязательствам Учредителя, равно, как и Учредитель не отвечает по обязательствам Предприятия, за исключением установленных законодательством случаев. Предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, закрепленным за ним собственником на праве хозяйственного ведения, на которое, согласно действующему законодательству, может быть вложено взыскание.

Организационная схема управления предприятием представлена в соответствии с рисунком 2.1.1.

Генеральный директор — должность руководителя коммерческой организации (акционерного общества, с ограниченной ответственностью, и т. п.) в России, единоличный исполнительный орган управления организацией.

Главный Бухгалтер – осуществляет организацию и ведение бухгалтерского учёта, перечисляет заработную плату работникам.

Начальник участка – руководитель, отвечающий за работу всего участка.

Мастер – ответственный за бригады и выполнения техники безопасности.

Отдел снабжения – процесс снабжения – это совокупность операций, обеспечивающих Ваше предприятие необходимыми предметами и средствами труда. Основная задача по организации снабжения – своевременное бесперебойное и комплексное снабжение производства всеми необходимыми материальными ресурсами при минимальных издержках управления запасами.

Главный инженер – ответственный за техническую политику, направления технического развития предприятия в условиях рыночной экономики, пути реконструкции и технического перевооружения действующего производства, уровень специализации и диверсификации производства на перспективу.

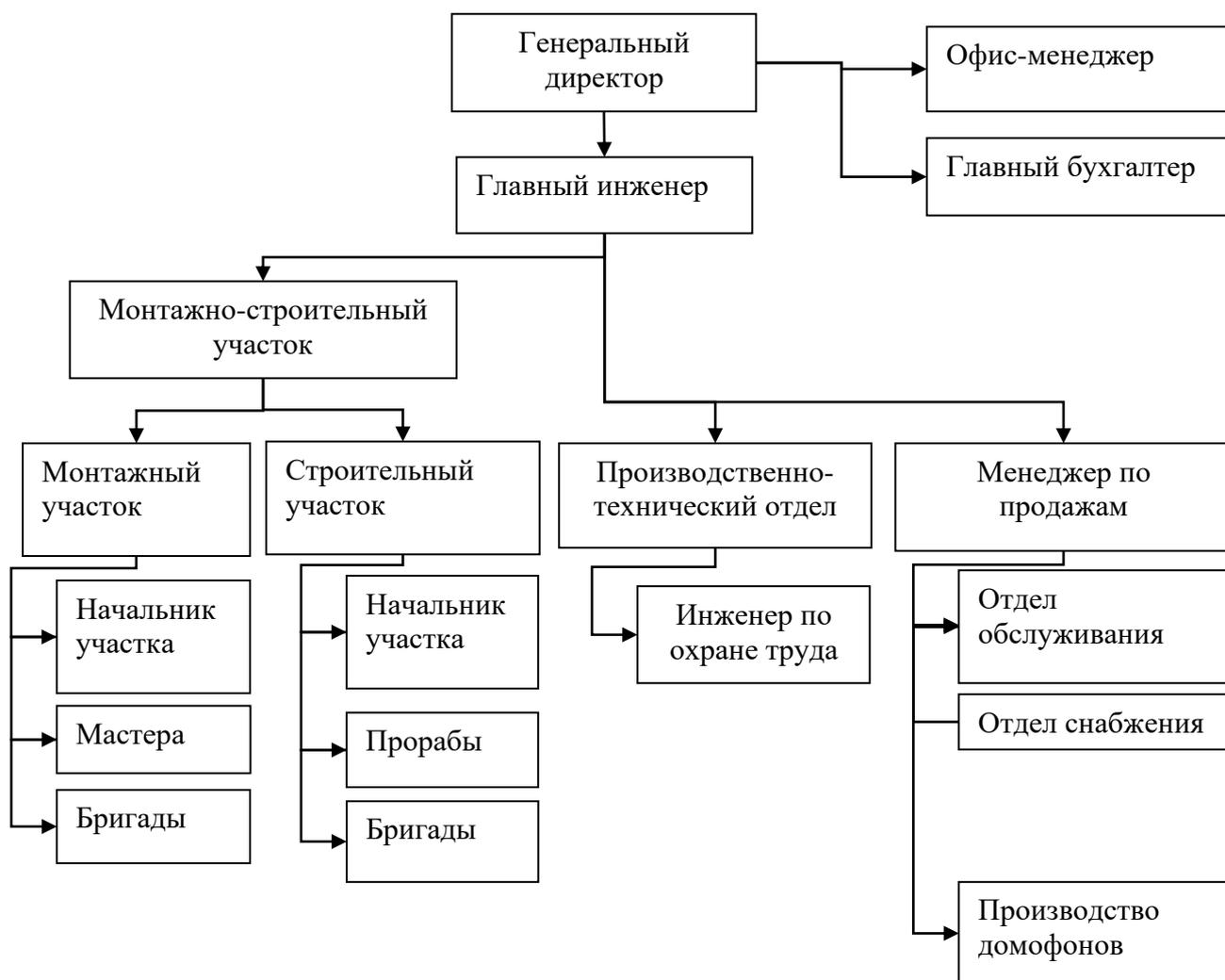


Рисунок 2.1.1 – Организационная схема управления предприятием

Офисменеджер – это администратор, секретарь и делопроизводитель одновременно. На его плечи возложены функции перечисленных работников.

Производственно-технический отдел — занимается организацией строительства и реконструкции, подготовка производства. Обеспечение своевременной сдачи объектов в эксплуатацию. Экономия средств предприятия за счет эффективного использования капитальных вложений, разработкам мероприятий по сокращению затратной части.

Отдел обслуживания — осуществляет техническое обслуживание лифтов и объединенных диспетчерских систем.

Производство—

осуществляет создание и сборку частей лифта и его составляющих.

Инженер по охране труда—

осуществляет контроль за соблюдением в подразделениях предприятия законодательных и иных нормативных правовых актов по охране труда, за предоставлением работникам установленных льгот и компенсаций по условиям труда.

Монтажный участок—

совокупность захваток, на которых выполняется цикл специализированного потока.

Строительный участок—

совокупность строительных процессов, с помощью которых ремонтируют лифты.

Монтажно-строительный участок—

объединение монтажного и строительного участков.

Прораб—

осуществляет руководство строительством на своей площадке. Обеспечивает выполнение заданий по вводу объектов в эксплуатацию в установленные сроки, организует производство, ведёт учёт выполненных работ, оформляет техническую документацию, участвует в сдаче объектов в эксплуатацию, устанавливает мастерам производственные задания по объемам строительно-монтажных и пусконаладочных работ, контролирует их выполнение.

Бригада—

представляет собой постоянный или временный коллектив рабочих, выполняющих общее производственное задание и несущих совместную ответственность за результаты своей работы.

Основными целями создания Предприятия являются:

-
содержание и использование жилищного фонда и нежилых помещений в части технического обслуживания, ремонта, монтажа, модернизации и реконструкции лифтов жилищного фонда и нежилых помещений организаций независимо от форм собственности;

- получение прибыли.

Для достижения указанных целей предприятие занимается следующими основными видами деятельности и осуществляет ряд функций:

- техническое обслуживание и ремонт лифтов;
- эксплуатация подъемных сооружений грузоподъемностью до 3000 кг. и скоростью движения кабины до 1,6 м/с (лифтов пассажирских, лифтов грузо-пассажирских, лифтов грузовых всех типов);
- ремонт подъемных сооружений;
- реконструкция и модернизация всех типов лифтов грузоподъемностью до 3000 кг. и скоростью движения кабины до 1,6 м/с.
- подготовка кадров (подготовка рабочих-лифтеров, электромехаников полифтам, обучение и проверка знаний правил и норм безопасности руководителей и специалистов предприятия);
- монтаж (пуско-наладочные работы) подъемных сооружений (лифтов всех видов);
- выполнение строительно-монтажных работ;
- прокладка наружных сетей связи, диспетчеризация;
- устройств внутренних линий связи, диспетчеризация;
- монтаж оборудования связи, диспетчеризация;
- пуско-наладочные работы систем связи, диспетчеризация;
- техническое диагностирование и обследование лифтов, отработавших свой нормативный срок службы;
- обслуживание, ремонт (реконструкция), монтаж (наладка) электрооборудования внутренних и наружных сетей до 0,4 кВ.
- монтаж домофонов.

Предприятие вправе осуществлять другие виды деятельности, не запрещенные действующим законодательством Российской Федерации. Виды деятельности, подлежащие лицензированию, осуществляются предприятием после получения лицензии и в установленном порядке.

Рассмотрим основные финансово-

экономические показатели исследуемого предприятия за период 2017-2019 год (таблица 2.1.1).

Таблица 2.1.1 - Основные показатели финансово-экономической деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» за 2017-2019 года

п/п	Наименование показателя	Сопоставимые данные			Отклонения 2019 год			
		2017г.	2018г.	2019г.	2017г.		2018г.	
					Абс.	%	Абс.	%
1.	Объем выручки							
	в стоимостном выражении	214591	271471	413348	198757	92,62	141877	52,26
2.	Себестоимость оказанных услуг и работ	159167	204105	315478	156311	98,21	111373	54,57
3.	Валовая прибыль, тыс.руб.	55424	67366	107870	42446	76,58	30504	45,28
4.	Стоимость основных средств	284603,4	548426,3	700589,8	415986,4	146,16	152164	27,75
5.	Фондоотдача, %	0,75	0,49	0,59	-0,164	-21,75	0,095	19,19
6.	Рентабельность активов, %	0,200	0,160	0,300	0,1	50,00	0,14	87,50
7.	Рентабельность собственного капитала, %	0,700	0,580	1,240	0,54	77,14	0,66	113,79
8.	Рентабельность продукции, %	18,500	27,400	29,200	10,7	57,84	1,8	6,57
9.	Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (непокрытый убыток), тыс.руб.	2025	2414	2968	943	46,57	554	22,95

Из данных таблицы 2.1.1 можно сделать следующие выводы:

-
показателем, характеризующим деятельность ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС», является объем выручки. В 2019 году он увеличился на 198757 тыс.руб. по сравнению с 2017 годом. По сравнению с 2018 годом выросла на 141877 тыс.руб. Такая динамика свидетельствует о увеличении оказываемых услуг.

В таблице 2.1.2. представлены исходные данные для расчета коэффициентов, х

арактеризующих сезонный характер выручки ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» в 2018-2019 годах.

Таблица 2.1.2

Данные для расчета коэффициентов сезонности ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС»

Месяцы	Объём реализации, тыс. руб. (сопоставимые месяцы).		K _{сез}		(1-K _{сез})		(1-K _{сез}) ²	
	2018г	2019г.	2018	2019	2018	2019	2018г	2019г.
Январь	22218,48	34150,71	0,92	0,99	0,01	0,00	0,0003	0,0000
Февраль	22266,14	34214,49	0,98	0,99	0,01	0,00	0,0002	0,0000
Март	22403,16	34214,49	0,99	0,99	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Апрель	22411,1	34507,85	0,99	1,00	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Май	22550,1	34440,88	0,99	0,99	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Июнь	22800,31	34753,37	1,00	1,00	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Июль	22893,64	34727,86	1,01	1,00	0,01	0,00	0,0001	0,0000
Август	22937,32	34734,24	1,01	1,00	0,01	0,00	0,0001	0,0000
Сентябрь	22957,18	34501,47	1,01	1,00	0,01	0,00	0,0002	0,0000
Октябрь	22812,22	34386,68	1,00	0,99	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Ноябрь	22621,59	34373,92	0,99	0,99	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Декабрь	22599,75	34342,03	0,99	0,99	0,00	0,00	0,0000	0,0000
Итого:	271471	413348			0,00	0,00	0,0014	0,0004

Средний месячный объём реализации товарной продукции равен отношению суммы объёмов выручки за каждый месяц к количеству месяцев в году.

$$O_{\text{мес}2018} = \frac{271471}{12} = 22622,58 \text{ тыс. руб.}$$

$$O_{\text{мес}2019} = \frac{413348}{12} = 34445,67 \text{ тыс. руб.}$$

Коэффициент сезонности рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{сез}} = \frac{O_{\text{мес}}}{O}, \quad (2.1.2)$$

где $O_{\text{мес}i}$; $O_{\text{мес}}$ - объём выручки за i -ый месяц и среднемесячный объём.

Размах вариации, как показатель сезонности, характеризует разность между наибольшим и наименьшим значениями месячных коэффициентов сезонности. По дан

ным таблицы 2.1.2 на исследуемом предприятии размах вариации составляет ($P_{\text{вар}}$):

$$\text{В 2018 году: } P_{\text{вар}} = 1,0147 - 0,9820 = 0,0327;$$

$$\text{В 2019 году: } P_{\text{вар}} = 1,0089 - 0,9914 = 0,0175$$

Размах вариации за анализируемый период изменился, в 2019 году уменьшился по отношению к 2018 году, в связи с сокращением объемов продукции. Однако надо отметить, что за 2018-

2019 годы наблюдается снижение объема выручки с января по март месяц. Поэтому увеличение объемов реализации в январе, феврале и марте месяца позволяет снизить сезонные колебания.

Среднелинейное отклонение за каждый год находим по формуле:

$$\Theta = \frac{\Sigma(1 - K_{\text{сез}})}{12} \quad (2.1.3)$$

$$\text{В 2018 году } \Theta = 0,0016 / 12 = 0,00013;$$

$$\text{В 2019 году } \Theta = 0,0006 / 12 = 0,00005.$$

Среднеквадратическое отклонение составит в 2018 году и 2019 году соответственно:

$$g = 0,00144 / 12 = 0,00012$$

$$g = 0,00040 / 12 = 0,00003$$

Все показатели, характеризующие сезонность на предприятии систематизируем в таблице 2.1.3.

За годовой коэффициент сезонности обычно принимается наибольшая величина коэффициента сезонности за месяц, характеризующая максимальное превышение месячного объема реализации услуг над среднемесячной величиной. Годовой коэффициент сезонности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» составил - 1,0147 за 2018 год и 1,0089 за 2019 год. Чем ближе коэффициент сезонности к единице и чем меньше значение остальных показателей, тем ниже уровень сезонности. Исходя из этого, можно сделать вывод, что влияние уровня сезонности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» не высоко. На основании полученных данных можно сделать вывод: если в 2018 году отклонение ежемесячного объема реализации услуг от среднемесячного составило 0,012%, то в 2019 году оно составило 0,003% от среднемесячной величины. Вел

ичина размах вариации в 2019 году по отношению к 2018 году возрос с 0,0175 до 0,0327, что свидетельствует о уменьшении сезонных колебаний за анализируемый период.

Таблица 2.1.3 - Показатели сезонности ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» за 2018–2019 гг.

№	Наименование показателей	2018г.	2019г.
1.	Размах вариации	0,0327	0,0175
2.	Среднелинейное отклонение	0,00013	0,00005
3.	Среднеквадратическое отклонение	0,00012	0,00003
4.	Коэффициент вариации	0,00012	0,00003

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на протяжении всего анализируемого периода колебания объёма реализованных услуг составили 43,06% от средней величины.

2.2. Анализ распределения и использования прибыли

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Основными источниками информации при анализе финансовых результатов служат данные бухгалтерского учёта. Анализ формирования, распределения и использования прибыли проведем в несколько этапов:

1. Анализируется прибыль по составу и динамике;
2. Анализируется формирование чистой прибыли и влияния налогов на прибыль;
3. Дается оценка эффективности распределения прибыли в фонд накопления и потребления;
4. Анализируется использование прибыли фондами накопления и фонда потребления.

Рассмотрим подробнее состав прибыли ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» за 2018–2019 год, а также определим эффективность ее использования на анализируемом пре

дприятия.

Оценим динамику показателей балансовой прибыли за отчетный период. При этом сравним основные финансовые показатели за прошлый и отчетный периоды, рассчитаем отклонения от базовой величины показателей и выясним, какие показатели окрестились наибольшей величиной на балансовую прибыль (таблица 2.2.1).

Таблица 2.2.1

Формирование и распределение прибыли ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

Показатели	2018 год	2019 год	отклонения	
			абсолютное	%
1. Выручка, тыс. руб.	271471	413348	141877	52,26
2. Себестоимость оказанных услуг и работ, тыс. руб.	204105	305478	101373	49,67
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	67366	107870	40504	60,13
4. Чистая прибыль	2414	2968	554	22,95
5. Рентабельность продукции, %	33,01	35,31	2,31	

Как видно из таблицы 2.2.1 себестоимость оказанных услуг и работ в 2019 году выросла на 101373 тыс. руб. или 49,67% за счет роста объема оказанных услуг. Валовая прибыль в 2019 году составила 107870 тыс. рублей, что выше предыдущего года на 60,13%, рентабельность увеличилась на 2,31%. После формирования балансовой прибыли предприятие уплачивает налоги, а оставшаяся часть прибыли остается в распоряжении предприятия.

Чистая прибыль составила в 2019 году 2968 тыс. руб., прирост составил 22,95%

Для анализа показателей прибыли рассмотрим структуру прибыли ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» (таблица 2.2.2)

Таблица 2.2.2 - Структура прибыли ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» за 2018-2019 год

Показатели	2018 год	2019 год	Отклонения (+,-)
Прибыль (убыток) отчетного периода - всего %	100%	100%	
В том числе:			
прибыль (убыток) от реализации	63,35	64,25	0,91
чистая прибыль	1,205	1,580	0,375

Как следует из данных таблицы 2.2.2 в 2019 году доля прибыли от

реализации продукции к 2018 году увеличилась на 0,91%. Доля чистой прибыли в 2019 году увеличилась на 0,375% по отношению к 2018 году.

Чистая прибыль на исследуемом предприятии распределяется в соответствии с Уставом предприятия. Основная задача анализа распределения и использования прибыли состоит в выявлении тенденций и пропорций, сложившихся, в распределении прибыли за 2019 год по сравнению с прошлым годом. Анализируя распределения чистой прибыли в фонды специального назначения, необходимо знать факторы формирования этих фондов. Основным фактором является: чистая прибыль \cdot коэффициент отчислений прибыли, таблица 2.2.3.

Таблица 2.2.3 - Данные об использовании чистой прибыли на 2018-2019 гг.

Показатель	2018 год	2019 год	Отклонения(+,-)
Чистая прибыль	2414	2968	554
Распределение чистой прибыли:			0
в фонд накопления, тыс. руб.	651,78	890,4	238,62
в фонд потребления, тыс. руб.	1400,12	1632,4	232,28
в фонд социальной сферы, тыс. руб.	362,1	445,2	83,1
Доля в чистой прибыли, %	100	100	0
фонда накопления	27	30	3
фонда потребления	58	55	-3
в фонд социальной сферы	15	15	0

По данным таблицы 2.2.3 рассмотрим влияние факторов – суммы чистой прибыли \cdot коэффициента отчислений прибыли на отчисления в фонды

Изменение отчислений в фонды специального назначения за счет изменения чистой прибыли можно рассчитать по формуле:

$$\Delta\Phi_{\text{н}}(\Pi) = \Delta\Pi_{\text{ч}} \cdot K^0, \quad (2.2.1)$$

где $\Delta\Phi_{\text{н}}(\Pi)$ – приращение фонда накопления (потребления) за счет изменения чистой прибыли;

$\Delta\Pi_{\text{ч}}$ – приращение суммы чистой прибыли;

K^0 – коэффициент отчислений от чистой прибыли в соответствующий фонд.

$$\Delta\Phi_{\text{н}}(\Pi) = +554 \cdot 27 = 238,62 \text{ – фонд накопления}$$

$$\Delta\Phi_{\text{п}}(\Pi) = +554 \cdot 58 = 232,28 \text{ – фонд потребления}$$

$$\Delta\Phi_{\text{с}}(\Pi) = +554 \cdot 15 = 83,1 \text{ – фонд социальной сферы}$$

Для этого при рост чистой прибыли за счет каждого фактора умножаем на базисный 2019 год коэффициент отчислений в соответствующий фонд. На размер отчислений в фонды оказывают влияние и изменения коэффициента отчислений от чистой прибыли. Уровень его влияния рассчитывается по формуле:

$$\Delta\Phi_n(K) = (K^1 - K^0) \cdot \Pi_{ч}^1, \quad (2.2.2)$$

где $\Delta\Phi_n(K)$ – приращение фонда потребления (накопления) от изменения коэффициента отчислений;

K^1, K^0 – фактический и базисный коэффициенты отчислений в фонды потребления (накопления);

$\Pi_{ч}^1$ – чистая прибыль за отчетный период.

$$\Delta\Phi_n(K) = (0.30 - 0.27) \cdot 2968 = 89,04 \text{ – фонд накопления}$$

$$\Delta\Phi_n(K) = (0.55 - 0,58) \cdot 2968 = -89,04 \text{ – фонд потребления}$$

$$\Delta\Phi_c(K) = (0,15 - 0,15) \cdot 2968 = 0 \text{ – фонд социальной сферы}$$

Расчет влияния факторов (суммы чистой прибыли и коэффициента отчислений) на размер отчислений в фонды предприятия представлены в таблице 2.2.4.

Из приведенных расчетов следует, сумма отчислений в фонд накопления в 2019 году увеличилась на 238,62 тыс. рублей, коэффициент отчислений увеличился на 89,04. Коэффициент отчислений в фонд потребления в 2019 году снизился на 89,04. Отчисления в фонд социальной сферы за исследуемый период остались без изменений, т.е. стабильными. Соотношение использования прибыли на накопление и потребление оказывает влияние на финансовое положение предприятия.

Расчет влияния факторов на размер отчислений в фонды ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС

»

Вид фонда	Сумма распределяемой прибыли (тыс.руб)		Доля отчислений %		Сумма отчислений тыс.руб.		Рост, тыс.руб	Отклонение в том числе за счет	
	2018г.	2019г.	2018г.	2019г.	2018г.	2019г.		ЧП	Котч
Накопления	2414	2968	27	30	651,78	890,4	238,62	419,58	89,4
Потребления	2414	2968	58	55	1400,12	1632,4	232,28	901,32	-89,4
Соц. фонды	2414	2968	15	15	362,1	445,2	83,1	233,1	-

Поэтому необходимо постоянно вести анализ распределения чистой прибыли. Недостаточность средств, направляемых на накопление, может сдерживать рост оборота, а также может привести к увеличению потребности в заемных средствах. Направление средств в фонд накопления увеличит экономический потенциал, повысит платёжеспособность предприятия и финансовую независимость, будет способствовать росту объёма выполнения работ и реализации без увеличения размера заемных средств.

2.3. Анализ рентабельности в ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС»

Рассчитаем рентабельность производственной деятельности (окупаемость издержек), которая исчисляется по формуле отношения валовой (Прп) или чистой прибыли (ЧП) к сумме затрат по оказанным работам и услугам (З):

$$R_3 = \frac{Прп}{З}, (2.7)$$

$$R_3 = 67366 / 204105 = 0,33 - \text{в } 2018 \text{ году,}$$

$$R_3 = 107870 / 305478 = 0,334 - \text{в } 2019 \text{ году.}$$

Все три показателя рентабельности за отчетный период, приведенные в таблице, имеют положительные значения, поскольку организацией получена как прибыль от продаж, так и в целом прибыль от финансово-хозяйственной

деятельности.

Рентабельность продаж в отчетном периоде составила 29,2%. При этом имеет место рост рентабельности обычных видов деятельности по сравнению с аналогичным периодом 2018 г. (+1,82%).

Таблица 2.3.1 - Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значения показателя (в копейках)		Изменение, коп. (гр.2-гр.3)
	2019г.	2018г.	
1. Величина прибыли от продаж на рубль расходов	37,72	41,25	3,53
2. Величина прибыли от продаж на рубль расходов (рентабельность продаж)	27,39	29,20	1,82
3. Величина прибыли до налогообложения на рубль всех расходов ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»	30,29	32,88	2,60

Рентабельность, рассчитанная как отношение прибыли до налогообложения к совокупным расходам ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС», составила 32,88%. Это значит, что с каждого рубля, израсходованного за рассматриваемый период в рамках финансовой деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС», было получено 32,88 коп. прибыли. За аналогичный период 2018 г. также была получена прибыль, но на 2,6 коп. с рубля меньше, чем в 2019 г.

Рентабельность использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала представлена в таблице 2.3.2.

Таблица 2.3.2

Рентабельность использования, вложенного в предпринимательскую деятельность капитала

Показатель рентабельности	Значение показателя в отчетном периоде, %	Расчет показателя
Рентабельность производственных фондов	14,7	Отношение прибыли от продаж к среднегодовой стоимости основных средств материально-производственных запасов
Рентабельность активов (ROA)	0,3	Отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости активов
Рентабельность собственного капитала (ROE)	1,2	Отношение чистой прибыли к среднегодовой величине собственного капитала

В течение 2019 года каждый рубль, вложенный организацией в основные фонды и материально-производственные запасы, принес прибыль от оказания услуг и работ в размере 0,147 руб.

Таблица 2.3.3

Расходы по обычным видам деятельности (по элементам затрат)

Показатель		2018г	2019г.	Изменение	
наименование	код			Абс.	%
1	2	3	4	5	6
Материальные затраты	710	62730,86	64196,81	1465,95	2,34
Затраты на оплату труда	720	72590,53	126436,38	53845,84	74,18
Отчисления на социальные нужды	730	19272,93	30723,84	11450,91	59,41
Амортизация	740	19948,85	25839,27	5890,42	29,53
Прочие затраты	750	29581,83	58281,70	28699,87	97,02
Итого по элементам затрат	760	204105	305478	101373,00	49,67
Изменение остатков (прирост [+], уменьшение [-]):	765				
незавершенного производства					
расходов будущих периодов	766				
резервов предстоящих расходов	767				

Материальные затраты выросли на 1465,69 тыс. руб., или 2,34%, затраты на оплату труда увеличились на 53845,84 тыс. руб. или на 74,18%, отчисления на социальные нужды также выросли на 11450,91 тыс. руб. или на 59,41%, амортизация увеличилась на 5890,42 тыс. руб. или на 29,53%, прочие затраты выросли на 28699,87 тыс. руб. или на 49,67%.

Всего затраты выросли на 101373 тыс. руб. или на 49,67%.

В приведенной ниже таблице обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» за 2019 г.

В течение 2019 года ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» получило прибыль от оказания услуг и работ в размере 107870 тыс. руб., что составляет 26,097% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль выросла на 40504 тыс. руб., или на 60%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем периоде увеличилась как

выручка от оказания услуг, так и расходы по обычным видам деятельности (на 141877 и 101373 тыс. руб. соответственно). Причем в процентном отношении изменение выручки (+52%) опережает изменение расходов (+50%).

Таблица 2.3.4

Основные финансовые результаты деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» за 2019 г.

Показатель	Значение показателя, тыс.руб.		Изменение показателя	
	2018г	2019г	тыс.руб. (гр.3-гр.2)	±% (((3-2):2)
1	2	3	4	5
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	271471	413348	141877	0,52
2. Расходы по обычным видам деятельности	204105	305478	101373	0,50
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	67366	107870	40504	0,60
4. Прочие доходы	2278	2093	-185	-0,08
5. Прочие расходы	59278	97677	38399	0,65
6. Прибыль (убыток) от прочих операций (4-5)	-57000	-95584	-38584	0,68
7. Прибыль до уплаты процентов и налогов	10366	12286	1920	0,19
8. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль	-7952	-9318	-1366	0,17
9. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (3+6+8)	2414	2968	554	0,23

Убыток от прочих операций за 2019 г. составил 95584 тыс. руб., что на 38399 тыс. руб. (0,68%) больше, чем убыток за аналогичный период прошлого года. При этом величина убытка от прочих операций составляет 90,2% от абсолютной величины прибыли от продаж за анализируемый период. Рост указанных убытков обусловлен в основном ростом расходов на обслуживание кредитных обязательств ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» в 2019 году.

Сопоставление чистой прибыли по данным «Отчета о прибыли и убытках» и баланса показало, что в 2019 г. ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» использовала чистую прибыль в сумме 2414 тыс. руб.

Далее в таблице рассчитаны показатели оборачиваемости ряда активов, характ

еризующие скорость возврата авансированных на осуществление предпринимательской деятельности денежных средств, а также показатель оборачиваемости кредиторской задолженности при расчетах с поставщиками и подрядчиками.

Таблица 2.3.5 - Показатели оборачиваемости ряда активов

Показатель оборачиваемости	Значения показателя в отчетном периоде, коэффициент	Продолжительность оборота в отчетном периоде в днях
Оборачиваемость активов (отношение выручки среднегодовой стоимости активов)	0,4	816
Оборачиваемость собственного капитала (отношение выручки среднегодовой величины собственного капитала)	1,7	210
Оборачиваемость дебиторской задолженности (отношение выручки среднегодовой величины дебиторской задолженности)	6,1	59
Оборачиваемость задолженности за реализованную продукцию (работы, услуги) (отношение выручки среднегодовой задолженности за реализованную продукцию)	25,8	14
Оборачиваемость задолженности перед поставщиками и подрядчиками (отношение выручки среднегодовой кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками)	16,9	21
Оборачиваемость материально-производственных запасов (отношение выручки среднегодовой стоимости МПЗ)	2,1	169

Согласно представленным данным, за 816 календарных дней ООО «ДОМЛИФ ТСЕРВИС» получает выручку, равную сумме всех имеющихсяся активов. При этом требуется 169 дней, чтобы получить выручку равную среднегодовому остатку материально-производственных запасов.

Таблица 2.3.6

Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост/снижение, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост/снижение, %	Излишек/недостаток платежей средств тыс. руб., (гр.6 - гр.2)
А1. Высоколиквидные активы (ден. ср-ва + краткосрочные фин. вложения)	372	-88,3	>=	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолж.)	108528	+18,9	- 108156
А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная дебит. задолженность)	38475	-60,1	>=	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. кредиты из аймы)	60961	+177,7	- 22486
А3. Медленнореализуемые активы (долгосроч. дебит. задол. + прочие оборот. активы – РБП – НДС к зачету)	221705	+42,6	>=	П3. Долгосрочные обязательства	590353	+14,2	- 368648
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	722003	+21,1	<=	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал – РБП – НДС к зачету)	222713	+0,6	+ 499290

По итогам таблицы можно сделать вывод, что соотношение использования прибыли на накопление и потребление оказывает влияние на финансовое положение предприятия. Недостаточность средств, направляемых на накопление, сдерживает рост оборота, приводит к увеличению потребности в заемных средствах. Поэтому необходимо разработать мероприятия по повышению прибыльности и доходности анализируемого предприятия.

Таблица 2.3.7 - Расчет коэффициентов ликвидности

Показатель ликвидности	Значение показателя		Изменение показателя (гр.3-гр.2)	Расчет, рекомендованное значение
	на начало отчетного периода, тыс.руб.	на конец отчетного периода, тыс.руб.		
1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	2,45	1,64	-0,81	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Рекомендуемое значение: >2,0
2. Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,88	0,23	-0,65	Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам. Рекомендуемое значение: >1,0
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,03	<0,01	-0,03	Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам. Рекомендуемое значение: >0,2

Анализ показывает снижение коэффициентов ликвидности, т.е. основной проблемой предприятия является низкая платежеспособность - т.е. его неготовность немедленно погасить свои обязательства. Повышение платежеспособности может достигаться путём маневрирования денежными средствами организации.

По итогам таблицы можно сделать вывод, что динамика основных технико-экономических показателей деятельности за анализируемый период показала:

Наиболее благоприятным для предприятия был 2019 год. Объем выручки составил 413348 тыс. рублей, в 2018 году объем выручки составил 271471 тыс. рублей. Рост объема оказываемых услуг в 2019 году произошел за счет роста количества обслуживаемых домов. На протяжении всего анализируемого периода предприятие остается прибыльным. Рост валовой прибыли в 2019 году составил 60,13%, что выше 2018 года на 40504 тыс. рублей.

Анализ использования прибыли ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» показал, насколько эффективно распределялись средства на накопление и потребление. Из приведенных расчетов следует, сумма отчислений в фонд накопления в 2019 году увеличилась на 238,62 тыс. рублей, коэффициент отчислений увеличился на 89,4. Коэффициент отчислений в фонд потребления в 2019 году снизился на 89,4. Отчисления в фонд социальной сферы за исследуемый период остались без изменений, т.е. стабильными. Соотно-

ошение использования прибыли на накопление и потребление оказывает влияние на финансовое положение предприятия.

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что основными проблемами организации, которые снижают прибыль и рентабельность предприятия ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» можно вывести:

1. Рост дебиторской задолженности.
2. Увеличение материальных затрат.
3. Недостаточный уровень использования инновационных программ для планирования прибыли и рентабельности

3.

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС»

3.1. Мероприятия по снижению дебиторской задолженности ООО «ДОМ ЛИФТ СЕРВИС»

Основные мероприятия, направленные на повышение прибыли и рентабельности ООО «ДОМ ЛИФТ СЕРВИС» представлены на рисунке 3.1.1.



Рисунок 3.1.1 -

Основные мероприятия, направленные на повышение прибыли и рентабельности ООО «ДОМ ЛИФТ СЕРВИС»

Анализ показал, что в активах наблюдается достаточно высокая доля дебиторской задолженности. Значит, ООО «ДОМ ЛИФТ СЕРВИС» широко применяет коммерческое кредитование для вандирования своих заказчиков. При этом часть доходов, с точки зрения экономики, теряется и не поступает во время на предприятие. Это может привести к нехватке финансовых ресурсов на предприятии и оно будет вынуждено прибегнуть к кредитам, увеличивая свою кредиторскую задолженность.

На данный период времени в ООО «ДОМ ЛИФТ СЕРВИС» нет особого порядка по работе с просроченной дебиторской задолженностью, в связи с чем, некоторые клиенты зачастую задерживают платежи.

Важно отметить, что в условиях экономического кризиса, вызванного

эпидемией CoVid-19 предприятию нужно поддерживать приемлемый уровень прибыли и потоков реализации. Это влияет на:

- повышение качества услуг;
- оптимизацию сроков продаж;
- снижение себестоимости услуг.

Также руководство предприятия не должно забывать о развитии предприятия, и сокращении затрат.

В ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» должна использоваться следующая схема работы с просроченной задолженностью: постепенное снижение кредитного лимита в соответствии с подписанным графиком погашения.

Данная схема применима, потому, что позволяет не потерять клиента и позволяет клиенту заработать на продукции предприятия на оплату долговых обязательств.

Для эффективного управления дебиторской задолженностью можно прибегнуть к следующим мерам:

- отказаться от работы с партнёрами, имеющими высокую степень риска;
- предоставить возможность оплаты дебиторской задолженности векселями, а также ценными бумагами;
- рассчитать возможную величину оборотных активов, которые направляются в дебиторскую задолженность по товарному кредиту, а также по выданным авансам;
- провести диверсификацию клиентов по определённому критерию, для того чтобы снизить уровень риска неуплаты.

Следующее мероприятие по совершенствованию управления дебиторской задолженностью заключается в оценке надёжности покупателя. На предприятии необходимо создать систему балльной оценки надёжности контрагента на основании анализа работы с ним. Все контрагенты объединены в четыре группы по уровню надёжности: риска; повышенного внимания; надёжных клиентов; «золотых» клиентов.

Оценка надёжности контрагентов производится на основании срока работы с клиентом, объёма выполненных работ клиенту и объёма просроченной задолженности

иданного клиента на конец периода (см. таблицу 3.1.1).

Отнесение контрагента к той или иной группе осуществляется на основе интегральной оценки, которая рассчитывается как произведение балльных оценок по всем трем показателям. К группе риска относятся предприятия с интегральным баллом от 1 до 4, к группе повышенного внимания — предприятия с 5—12 баллами, к надежным клиентам — с 12—27, к «золотым» — с 28—64.

Таблица 3.1.1 - Шкала оценки показателя надежности клиента

Показатели	Баллы			
	1	2	3	4
Срок работы клиентом, лет	<1	1-2	2-4	>4
Объем выполненных работ клиенту в общем объеме выручки, %	до 10	10-15	15-20	>20
Объем просроченной задолженности на конец периода, % от объема отгрузок	50-100	20-50	5-20	0-5

Наиболее крупным, а также надежным клиентом является компания ООО «Дом-сервис», сотрудничество ведется уже более 3 лет, объем оказываемых услуг составляет 24%, объем просроченной дебиторской задолженности не превышает 2%, соответственно интегральная оценка будет равна 64 балла, т.е. ООО «Дом-сервис» — «золотой» клиент.

Таблица 3.1.2 - Оценка надежности клиентов ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

Покупатель	Баллы			Итого
	в зависимости от срока работы	в зависимости от объема оказываемых услуг	в зависимости от объема просроченной задолженности	
ООО «Дом-сервис»	4	4	4	64
ОАО «Юни-Дом»	2	3	4	24
ООО «Дельта»	2	2	3	12
ООО «Жилищник»	2	1	3	6
ООО «Строй-инвест»	2	1	3	6
ООО «Феникс»	3	1	4	12
ООО «Афина»	3	1	3	9
ООО «Комстар»	2	1	2	4
ООО «СТРО»	2	1	3	6
ООО «БСК»	3	1	3	9

Один из крупных клиентов компания «Юни-Дом» уже второй год является клиентом предприятия, объем продаж этой фирме в общей доле продаж составляет 16%, а объем просроченной дебиторской задолженности не превышает 5%. Соответственно при оценке она получит баллы 2, 3, 4. Интегральная оценка будет равна 24, следовательно, компанию «Юни-Дом» нужно отнести к группе надежных клиентов.

Для данных клиентов, а также для ООО «Дельта» и ООО «Феникс», т.к. они являются надежными клиентами, действуют льготные условия предоставления кредита, высокие скидки, большой размер кредитного лимита.

Остальные клиенты относятся к группе повышенного внимания, а один – к группе риска.

В результате предложенных мероприятий ожидается увеличение объема оказываемых

услугнаиболеенадежнымклиентамна70%,группенадежныхклиентовна50%,т.к.эт
иклиентызаинтересованывполучениискидок,вслучаевводаданнойсистемыотдад
утпредпочтениесотрудничествусООО«ДОМЛИФТСЕРВИС».

Такжезапланированростобъема реализованных
услугостальнымгруппамклиентовна30%.

Такжедляростаприбылипредлагаетсяследующаясхемапредоставленияскид
ок.Приполнойпредоплатепредоставляетсяскидкавразмере3%отстоимостиобслу
живания,причастичнойпредоплате(более50%отстоимостипокупки)—
скидка2%,приоплатепофакту—
скидка1%.Припредоставленииирассрочкиплатежаскидкинепредусмотрены.

Например,ООО«Уютныйдом»заключаетдоговорнасумму1950тыс.руб.

Вслучаеполнойпредоплатыобслуживаниялифтовогооборудованияскидкас
оставит:

$$1950 * 3\% = 58,5 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Выручка составит: } 1950 - 58,5 = 1891,5 \text{ тыс. руб.}$$

Т.е.ООО«ДОМЛИФТСЕРВИС»сможетсразужепускатьэтиденежныесредс
тваоборот,клиентытакжеимеютвыгодуввидускидки.

ПричастичнойпредоплатеработскидкаООО«Уютный
дом»составит: $1950 * 2\% = 39$ тыс.руб.

Т.к.поступаеттолькополовинасуммысразу,размереесоставит: $(1950 - 39) / 2 = 955,5$ тыс.руб.

Присреднемуровнеинфляциив1%вмесяц,потериООО«ДОМЛИФТСЕРВИ
С»составят:

$$955,5 * 1\% * 0,5 = 4,78 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Приоплатепофактускидкасоставит: } 1950 * 1\% = 19,5 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Потери предприятия от инфляции: } (1950 - 19,5) * 1\% * 0,5 = 9,7 \text{ тыс. руб.}$$

Такимобразом,предложенноемероприятиявляютсяэффективнымидлявне
дрениявООО«ДОМЛИФТСЕРВИС»ипозволяютвзначительноймересократитьур
овеньдебиторскойзадолженности.

Анализ показал, что у ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» имеются в наличии крупные суммы дебиторской задолженности, при этом увеличивается как сумма задолженности, так и ее доля в сумме активов, в связи с чем мероприятия будут направлены на совершенствование системы управления дебиторской задолженностью, и в конечном итоге, сократят потери ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» в связи с недобросовестными дебиторами.

3.2. Мероприятия по снижению материальных затрат в ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

Анализируя доходы и расходы предприятия можно заметить, что наибольший вес в структуре расходов имеет себестоимость, размер которой составляет 305478 тыс. руб., что действительно велико при выручке равной 413348 тыс. руб. Следовательно, для повышения эффективности результатов деятельности предприятия следует снижать расходы, входящие в состав себестоимости.

Неопрровержим тот факт, что величина оказываемых услуг, в том числе материальных расходов достаточно велика. Для оптимизации прибыли ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» возможно два пути решения снижения затрат в данной области:

- сокращение себестоимости оказываемых услуг за счет поиска новых поставщиков с более выгодными ценами или их замены собственными силами;

- проведение глубокого технологического аудита предприятия.

Наиболее рациональным сокращением себестоимости является экономия на услугах сторонних организаций. В строительной сфере услугами сторонних организаций зачастую являются услуги подрядчиков и субподрядчиков, а так же немаловажную часть занимает транспортировка различных материальных ценностей до объекта строительства. В связи с этим, предпочтение собственных работников услугам прочих организаций будет выгодным альтернативным решением с целью увеличения прибыли. Данное решение увеличит затраты на заработную плату работников, однако данное увеличение не будет существенным.

Мероприятия по снижению материальных затрат за счет перехода на прямые хозяйственные связи с Качаровским механическим заводом по поставке лебедок.

В качестве основного недостатка выявлено, что ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» на низком уровне анализируется информация поставщиков. В результате этого процесс прогнозирования прибыли осуществляется без учета изменений информации поставщиков. Так, информация, полученная из внешней среды неполная, вследствие этого прогноз прибыли оказывается недостоверным.

В идеале процесс по уровню прохождения информации на предприятии должен выглядеть следующим образом: в результате мониторинга информации поставщиков заместитель директора ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» получает множество сведений о поставщиках, а именно, о продаваемых товарах, условиях их приобретения (количество, цена, качество, партии и способы доставки). Эти сведения должны быть проанализированы, представлена сравнительная оценка стоимости и условий приобретения продукции от разных поставщиков. Далее проанализированную информацию поставщикам, заместитель директора должен предоставить специалисту по прогнозированию в целях составления точного прогноза прибыли.

Рыночные условия, предоставляя предприятиям право свободного приобретения товаров, ставят перед ним задачу самостоятельного выбора поставщика. Чтобы реализовать правовой выбор поставщиков необходимо иметь варианты выбора, т.е. на рынке должно быть несколько поставщиков, предлагающих к продаже одинаковую продукцию.

Мониторинг информации поставщиков позволит непрерывно отслеживать и анализировать большое количество поставщиков, предлагающих свою продукцию на рынке лифтового оборудования на более выгодных условиях. Так, ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» сможет сравнивать цену, качество и условия приобретения товаров, следовательно, появится возможность закупать необходимую продукцию по более низким ценам и более полно удовлетворять потребности потребителей ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС».

Мониторинг информации поставщиков позволит выявлять поставщиков, предлагающих рынку аналогичные товары на более выгодных условиях, и анализировать

тыв информации о них по важному для исследуемого предприятия критерию. Так, на рынке лифтового оборудования выявлено существование двух поставщиков Качаровский механический завод ЗАО «УЛЗ», предлагающих рынку аналогичные товары (лестницы).

Анализ информации о представленных поставщиках позволил рассчитать рейтинг поставщиков для выявления наиболее важного для ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС». Поставщик ОАО «МЭЛ» сравнивается с двумя новыми поставщиками – Качаровский механический завод ЗАО «УЛЗ».

Расчет рейтинга поставщиков ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» представлен в таблице 3.2.1.

По результатам расчета рейтинга поставщиков выяснилось, что наибольший балл соответствует поставщику Качаровский механический завод. Данный поставщик предлагает продукцию по тем же ценам, что и поставщик «МЭЛ».

Таблица 3.2.1 - Расчеты рейтинга поставщиков ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

Критерий выбора поставщика	Вес критерия	Оценки критерия по десятибалльной шкале			Произведение критерия веса на оценку		
		Поставщик Качаровский механический завод	Поставщик ОАО «МЭЛ»	Поставщик ЗАО «УЛЗ»	Поставщик Качаровский механический завод	Поставщик ОАО «МЭЛ»	Поставщик ЗАО «УЛЗ»
Надежность поставки	0,20	7	4	5	1,4	0,8	1,0
Цена	0,30	9	9	7	2,7	2,7	2,1
Качество товара	0,25	9	5	7	2,3	1,3	1,8
Условия платежа	0,10	5	3	6	0,5	0,3	0,6
Возможность внеплановых поставок	0,10	7	7	8	0,7	0,7	0,8
Финансовое состояние поставщика	0,05	6	6	8	0,3	0,3	0,4
Итого	1,00	XX	XX	XX	7,9	6,1	6,7

Кроме того, продукция поставщика «МЭЛ» отличается от остальных поставщиков низким качеством (набран балл 1,3 – в рассчитанном рейтинге поставщиков). Поэтому предлагается отказаться от услуг поставщика ЗАО «МЭЛ».

Внедрение данного мероприятия позволит снизить издержки, связанные с оплатой услуг поставщиков, позволит снизить норму запасов лебедок, т.к. исчезнет опасность перебоев поставками. В целом себестоимость оказания услуг снизится на 0,1%, т.к. стоимость лебедок в общей себестоимости материальных ресурсов составляет 0,5% (1527,39 тыс. руб.), а переход к прямому хозяйственным связям снизит их стоимость на 20% (предлагаемые условия договора) (1221,912 тыс. руб.). Экономия составит 305,478 тыс. руб.

Красходам, связанным с реализацией данного мероприятия, относятся представительские расходы (проведение переговоров, командировки и т.д.). Затраты, связанные с реализацией данного мероприятия составят 98 тыс. руб.

Условно-годовая экономия составит:

Эгод = 305,478 - 98 = 207,478 тыс. руб.

Годовой экономический эффект равен условно-годовой экономии и равен 207,478 тыс. руб.

3.3. Мероприятие по внедрению модуля программного комплекса «Маркетинг-Аналитик» ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

Прогноз величины объема выручки и прибыли – ключевые показатели в планировании. Специалисты ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» часто пренебрегают прогнозированием данных показателей вообще или полагаются на интуитивные оценки будущих показателей. Часто бывает так, что специалисты располагают всеми необходимыми данными для того, чтобы строить качественный прогноз, но не хватает только одного – удобного и точного инструмента для планирования и прогнозирования важных финансовых показателей работы предприятия.

Одним из недостатков, выявленных в ходе анализа, является недостаточный уровень использования инновационных компьютерных технологий обработки информации, необходимой для прогнозирования прибыли и рентабельности. Инновационные программы являются важным аспектом для прогнозирования, так как их

применением многократно ускоряет типовые, массовые расчёты, повышает точность и сокращает трудоёмкость прогнозных и предпрогнозных операций.

В условиях жесткой конкуренции и динамического развития рынка предприятие не может позволить себе отказаться от такого мощного средства как автоматизация. Выгода от использования компьютерной программы для ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» очень велика.

Рекомендуется внедрение одного из модулей программного комплекса «Маркетинг-Аналитик», предназначенного для прогнозирования объема выручки, прибыли и других финансовых показателей работы предприятия. Данный модуль позволяет совершать оперативное планирование данных показателей, также одновременно прогнозировать несколько рядов с учетом их взаимозависимости.

Программный комплекс «Маркетинг-Аналитик» предназначен для информационно-аналитической поддержки управления маркетингом и коммерческой деятельностью компании на стратегическом, тактическом и оперативном уровне. Комплекс «Маркетинг-Аналитик» имеет модульную структуру. В состав данного комплекса входят 5 модулей. Модули комплекса способны интегрироваться с большинством учетных систем.

Модуль компьютерного комплекса «Маркетинг-Аналитик» позволит решить следующие задачи в ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС»:

- определение степени их характера влияния внешних и внутренних факторов на объем оказываемых услуг, прибыли и другие финансово-экономические показатели предприятия;

- анализ внутренних данных об объемах продаж и прибыли и информации о действиях конкурентов на различных рынках;

- построение прогноза объема выручки, прибыли и других финансовых показателей работы предприятия;

- оценка рисков, связанных с возможными колебаниями внешних маркетинговых факторов и оптимизация внутренних факторов.

Предполагается, что внедрение модуля для прогнозирования позволит автома

тизировать обработку и анализ информации, т.е. сократить время на предпрогнозные и прогнозные операции, вследствие этого добиться точности и достоверности информации не обходимой для прогнозной оценки прибыли и рентабельности. Так, ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» в будущем используя данную методику обработки и анализа информации для прогнозной оценки прибыли, пересмотрит намеченные сценарии улучшения финансовых результатов деятельности. С технологической точки зрения, внедрение модуля для прогнозирования даст дополнительную гибкость в случае частых качественных внутренних изменений и переменчивости внешней среды предприятия.

На основании хронометража рабочего времени двух специалистов, вовлеченных в процесс разработки прогноза прибыли, рассчитаны затраты времени на осуществление отдельных операций данного процесса. Процесс планирования и прогнозирования в ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС» занимает 1 квартал. Данные о затратах времени работников, вовлеченных в процесс прогнозирования представлены в таблице 3.3.1

По данным анализа затраченного времени на процесс разработки прогноза прибыли, выявлено, что внедрение модуля программного комплекса «Маркетинг-Аналитик» для прогнозирования позволит сократить общее время на весь процесс и делегировать часть полномочий бухгалтера. По результатам анализа затрат времени, выявилось, что основную часть работы в процессе разработки прогноза прибыли осуществляет бухгалтер ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС». Экономист только анализирует информацию, собранную бухгалтером. Так, прогнозирование прибыли с помощью предложенного программного модуля позволит освободить бухгалтера от 3 этапа в процессе (обработка информации), так как данный этап должен осуществляться экономистом с помощью предложенного программного модуля.

Таблица 3.3.1

Данные о затратах времени работников ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС», вовлеченных в процесс разработки прогноза прибыли

Стадия разработки прогноза прибыли	Работник, вовлеченный в процесс разработки прогноза прибыли	Затраченное время фактически до внедрения программного модуля (данные за квартал), в час.	Затраченное время по плану с использованием программного модуля (данные за квартал), в час.
1. Сбор информации внешней и внутренней среды предприятия	Бухгалтер	150	150
2. Систематизация собранной информации	Бухгалтер	262,5	262,5
3. Обработка информации	Бухгалтер	220	130
4. Анализ информации	Экономист	15	6
Итого		625,5	498,5

Этап анализа заключается в непосредственном составлении прогноза прибыли на основании обработанной информации.

Так, в распоряжении бухгалтера будет больше времени на сбор информации внешней и внутренней среды предприятия «ДОМЛИФТ СЕРВИС» и ее систематизацию, появится возможность полевых исследований. В результате делегирования полномочий экономист предприятия сможет получать более адекватную информацию для составления прогноза о внутренних изменениях на предприятии и изменчивости факторов внешней среды.

Так, экономия рабочего времени бухгалтера в день составит 1 час. 20 мин. $((220 - 130) / 3 / 25)$. За это время бухгалтер появится возможность изучения внешней среды предприятия с помощью полевых исследований. Сократится количество ошибок в расчетах.

Итак, в результате внедрения предложенной рекомендации прибыль увеличится на 5,828 тыс. руб. за квартал (увеличение прибыли за год составит 23,312 тыс. руб.) именно такую сумму предприятию пришлось оплатить в прошлом году по вине бухгалтера.

Стоимость программного модуля составляет 14 тыс. руб.

Технически работы по внедрению программного модуля – 0,840 тыс. руб.

Обучение одного работника – 1,120 тыс. руб.

Общая стоимость затрат на внедрение мероприятия 15,96 тыс. руб.

Планируемые показатели финансово-экономической деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» представлены в таблице 3.3.2.

Таблица 3.3.2 - Планируемые показатели финансово-экономической деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

п/п	Наименование показателя	Отчет	Проект	Абс.отклонение	Относительное отклонение
1.	Объем выручки в стоимостном выражении	413348	415239,5	1891,5	+0,458
2.	Себестоимость оказанных услуг и работ	305478	306654,4	1176,404	+0,385
3.	Валовая прибыль, тыс.руб.	107870	108585,1	715,1	+0,663
4.	Рентабельность продукции, %	35,31	35,41	+0,10	
5.	Чистая прибыль, тыс. руб.	2968	3009,6	41,62	1,402
6	Рентабельность чистой прибыли, в %	0,718	0,725	+0,01	

В результате внедрения рекомендаций выручка увеличится на 1891,5 тыс. руб. или на 0,458%, себестоимость вырастет на 0,385% и составит 1176,404 тыс. руб., валовая прибыль увеличится на 715,1 тыс. руб. В результате рентабельность продукции вырастет на 0,1%, а рентабельность чистой прибыли на 0,01%. Более наглядно изменение показателей представлено на рисунке 3.3.1.

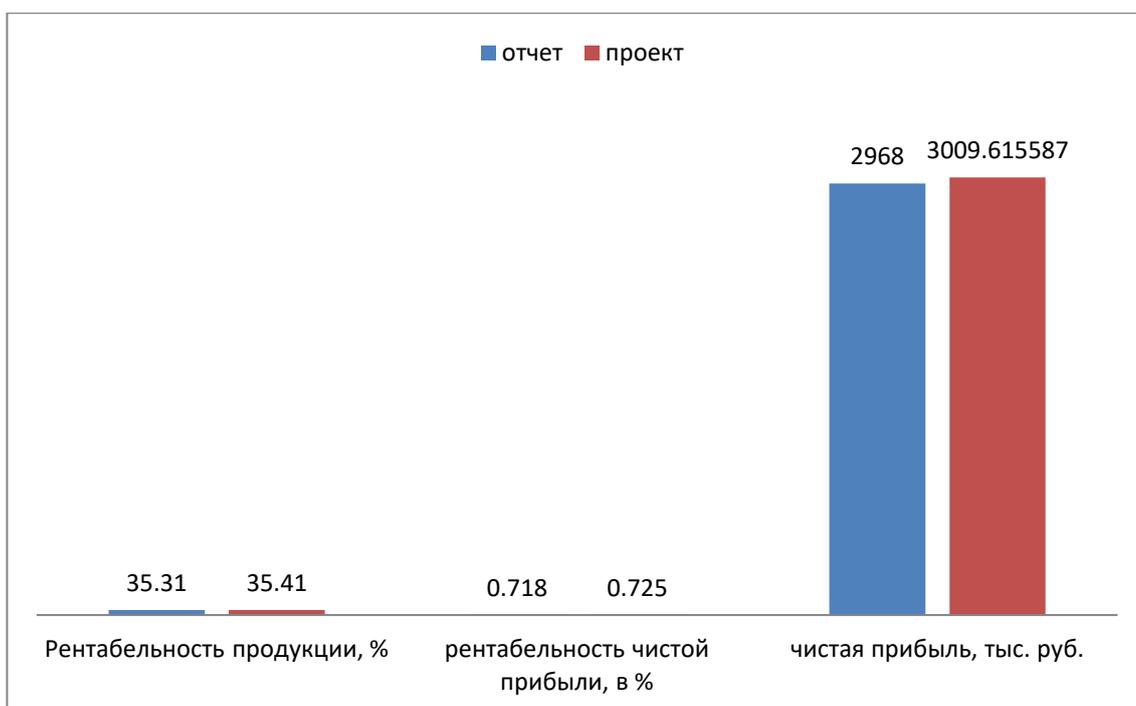


Рисунок 3.3.1 - Изменение показателей финансово-экономической деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»

Таким образом, в целях поддержания показателей прибыли и рентабельности в условиях экономического кризиса, вызванного эпидемией COVID-19, предлагается провести следующие мероприятия:

1. Сократить объем дебиторской задолженности за счет ужесточения совершенствования работы с поставщиками.
2. Снизить материальные запасы за счет перехода на прямые хозяйственные связи с Качаровским механическим заводом по поставке лебедок.
3. Повысить эффективность планирования прибыли и рентабельности за счет использования модуля программного комплекса «Маркетинг-Аналитик».

Также в современных условиях, предприятие должно стремиться поддерживать приемлемый уровень прибыли, не забывать о развитии, и сокращать расходы, тем самым оно сможет избежать кризиса в реальных условиях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение хочется отметить, что никакая организация не может успешно выживать в конкурентной среде, если она не имеет четко определенных ориентиров, направлений, которые задают то, к чему она стремится, чего она хочет добиться своей деятельностью.

В современных условиях особое внимание необходимо уделить повышению эффективности производства, росту конкурентоспособности оказываемых услуг на основе внедрения инновационных технологий, эффективных форм управления производством, активизации предпринимательства, инициативы ит.д. Поэтому необходимо осваивать новые рынки, удовлетворять потребности клиентов. Но, в условиях экономического кризиса, вызванного эпидемией COVID-19, на это потребуется больше времени, т.к. платёжеспособность населения снизится.

Сущностью прибыли в современных условиях хозяйствования является отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что величина прибыли должна находить отражение в соответствии индивидуальных затрат предприятия, связанных с производством и реализацией своей продукции и вытекающих в форме себестоимости, общественно необходимых затрат, косвенным выражением которых должна явиться цена изделия. Увеличение прибыли в условиях стабильности оптовых цен свидетельствует о снижении индивидуальных затрат предприятия на оказание услуг и работ.

Балансовая (общая) прибыль – это конечный финансовый результат производственно-финансовой деятельности. Вместо общей прибыли предприятие может образовать с убыток, итакое предприятие перейдет в категорию убыточных. Общая прибыль (убыток) состоит из прибыли (убытка) от реализации продукции, работ, услуг; в реализации акционных прибылей и убытков. Подрентабельностью предприятия понимается его способность к приращению вложенного капитала.

Прибыль-

это обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия, одна из основных экономических категорий и представляет собой разность между доходами предприятия и его расходами. Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности являются:

- изучение возможностей получения прибыли в соответствии с имеющимся ресурсным потенциалом предприятия и конъюнктурой рынка;
- систематический контроль за процессом формирования прибыли и изменением ее динамики;
- определение влияния как внешних, так и внутренних факторов на финансовые результаты и оценки прибыли;
- выявление резервов увеличения суммы прибыли и повышение уровня доходности бизнеса;
- оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- выработка рекомендаций по повышению эффективности системы управления прибылью.

Если предприятие получает прибыль, оно считается рентабельным. Показатель рентабельности, применяемый в экономических расчетах, характеризует относительную прибыльность. Различают показатели рентабельности продукции и рентабельности предприятия.

Показатели рентабельности и доходности имеют общую экономическую характеристику, они отражают конечную эффективность работы предприятия выпускаемой им продукции.

Главными из показателей уровня рентабельности является отношение общей суммы прибыли к производственным фондам.

Показатели рентабельности (доходности) являются общеэкономическими. Они отражают конечный финансовый результат и отражаются в бухгалтерском балансе и отчетности о прибылях и убытках, о реализации, о доходе и рентабельности.

Изменение социально-экономического развития государства в период перехода к рыночным отношениям

риводит к качественным структурным сдвигам в сторону интенсификации производства, что обуславливает неизменный рост денежных накоплений и главным образом прибыли предприятий различных форм собственности. Заинтересованность предприятий в производстве и реализации качественной, пользующейся спросом на рынке продукции, отражается на величине прибыли, которая при прочих равных условиях приходится в прямой зависимости от объема реализации этой продукции. Прибыль является основным источником собственных средств фирмы. С одной стороны, прибыль рассматривается как результат деятельности фирмы, а с другой, — как основа дальнейшей программы развития.

Для предприятия прибыль является показателем, создающим стимул для инвестирования в те сферы, где можно добиться наибольшего прироста стоимости. Прибыль, как категория рыночных отношений выполняет разные функции, а именно:

- характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия;
- является основным элементом финансовых результатов предприятия;
- является источником формирования бюджетов разных уровней.

Актуальность данной работы в современных условиях подтверждается совершенствованием экономических механизмов управления прибылью.

В процессе написания выпускной квалификационной работы были рассмотрены и проанализированы основные направления деятельности ООО «ДОМЛИФТ СЕРВИС». В работе были исследованы основные экономические показатели предприятия, а также предложены мероприятия по повышению прибыли и рентабельности.

Для оценки эффективности работы предприятия только показателя прибыли недостаточно. Например, два предприятия получают одинаковую прибыль, но имеют различную стоимость производственных фондов, то есть сумму основного капитала и оборотных средств. Более эффективно работает то предприятие, у которого стоимость производственных фондов меньше. Таким образом, для оценки эффективности работы предприятия необходимо сопоставить прибыль и производственные фонды, с помощью которых она создана. Это и есть рентабельность.

Прибыль и рентабельность анализируются для того, чтобы получить информа

цию, которая послужит основой для экономически обоснованных руководящих решений, ведущих компанию к финансовому развитию. С помощью анализа увеличивается эффективность деятельности предприятия.

Проведенный мною анализ прибыли и рентабельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» позволяет сделать следующие выводы:

- рассчитанные показатели рентабельности свидетельствуют о снижении эффективности доходности хозяйственной деятельности ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС»;
- динамика доходов и расходов ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» в целом положительная. Однако следует обратить внимание на следующие моменты: увеличение коммерческих и управленческих расходов, уменьшение сальдо по прочим доходам и расходам.

В данной работе решены такие задачи:

- исследованы теоретические основы повышения прибыли и уровня рентабельности предприятия;
- разработан механизм формирования, распределения и использования прибыли на предприятии;
- предложены мероприятия, направленные на повышение прибыли и рентабельности предприятия.

В целом, за анализируемый период эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также использование его материальных ресурсов увеличилось. О чем говорит рост чистой прибыли и показателей рентабельности.

В качестве рекомендаций предлагается:

1. Сократить объем дебиторской задолженности за счет ужесточения сотрудничества с поставщиками.
2. Снизить материальные запасы за счет перехода на прямые хозяйственные связи с Качаровским механическим заводом по поставке лебедок.
3. Повысить эффективность планирования прибыли и рентабельности за счет использования модуля программного комплекса «Маркетинг-Аналитик».

В качестве инновационной методики обработки и анализа информации было предложено внедрить модуль программного комплекса «Маркетинг-Аналитик», предназначенный для прогнозирования объема выручки и прибыли. Внедрение данного модуля позволило автоматизировать обработку и анализ информации, т.е. сократить время на предпрогнозные и прогнозные операции, вследствие этого добиться точности и достоверности информации и не обойтись для прогнозной оценки прибыли и оперативности всего процесса планирования и прогнозирования.

Внедрение мониторинга информации о поставщиках позволило непрерывно отслеживать и анализировать большое количество поставщиков, предлагающих свою продукцию на рынке лифтового оборудования на более выгодных условиях. Мониторинг позволил повысить достоверность качества информации, поступающей из внешней среды.

В результате внедрения рекомендаций выручка увеличится на 1891,5 тыс. руб. или на 0,458%, себестоимость вырастет на 0,385% и составит 1176,404 тыс. руб., валовая прибыль увеличится на 715,1 тыс. руб. В результате рентабельность продукции вырастет на 0,1%, а рентабельность чистой прибыли на 0,01%.

В заключение хотелось бы добавить, что для выбора максимально эффективного метода повышения прибыли на предприятии, нужно не только объективно проанализировать саму организацию, учитывая все её плюсы и минусы, но также и отрасль, к которой она относится, географическое положение, законодательство, налогообложение и другие факторы, которые прямо или косвенно могут повлиять на доходность предприятия.

Работа в области анализа прибыли и рентабельности на предприятии должна вести к постоянному выявлению негативных проблем роста прибыли и рентабельности. Необходимо создавать условия для повышения прибыли, обеспечения реализации производственной, стимулирующей, регулирующей и социальной функций и прибыли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875>
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=193157>
3. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2016) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=198941>
4. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=194764>
5. Приказ Минфина России №33н от 06.05.1999 «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «расходы организации» ПБУ 10/99.
6. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 N 14-ФЗ (последняя редакция). «Собрание законодательства РФ», 16.02.1998, N 7, ст. 785.
7. Федеральный закон № 224-ФЗ / «О противодействии неправомерному использованию»
8. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «Об акционерных обществах». «Собрание законодательства РФ», 01.01.1996, N 1, ст.

9. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / под ред. В. Я. Позднякова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 617 с.
10. Артеменко, В.Г. Анализ финансовой отчетности / В.Г. Артеменко, В.В. Остапова. 2-е изд. – М.: Библиотека Высшей Школы, 2018. – 412 с.
11. Бариленко, В.И. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.И. Бариленко, С.И. Кузнецов, Л.К.- 234 с.
12. Бариленко, В.И. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.И. Бариленко, С.И. Кузнецов, Л.К.Плотникова, О.В. Кайро. – М.: КНОРУС, 2019. – 650 с.
13. Болохонцева, Ю.И. Анализ финансового состояния предприятий / Ю.И. Болохонцева // Экономический анализ: теория и практика. – 2019. - № 9 . – С. 24 – 26.
14. Бочаров, В.В. Финансовый анализ / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2019. – 240 с.
15. Быков, В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. / В. А. Быков, Т. Г. Философова. - М.: Юнити, 2015. - 295 с.
16. Вахрушина, М.А. Анализ финансовой отчетности / М.А. Вахрушина, М.В. Друцкая, О.В. Антонова - Инфра – М, 2017. – 367 с.
17. Гиляровская, Л.Т. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / Л.Т. Гиляровская, Д.В. Лысенко, Д.А. Ендовицкий. – М.: Проспект, 2018. – 242 с.
18. Голов, С.Ф. Управленческий учет / С.Ф. Голов. Учебник. - К.: Либра, 2015. - 704 с.
19. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – 2 изд-е. – М.: Инфра-М, 2018 – 448 с.
20. Дуванова, Е.А. Развитие механизма повышения устойчивости торговых организаций / Е.А. Дуванова // Ульяновский государственный университет. 2015 – С. 47-53

21. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: Современный инструментарий для принятия экономических решений: – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Омега-Л», 2018. – 349 с.
22. Илышева, Н.Н. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов. - М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2018. - 240 с.
23. Кириченко, Т. Т. Финансовый менеджмент / Т. Т. Кириченко. – М. : Дашков и К, 2018. - 484 с.
24. Ковалев, В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2019. - 769 с.
25. Ковалев, В.В. Управление активами фирмы / В.В. Ковалев. – М.: Велби, 2017. - 388 с
26. Ковалев, В.В.. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью / В.В. Ковалев. - ТК Велби, Издательство Проспект, 2017. – 336 с.
27. Ковалева, А.М. Финансы фирмы / А.М. Ковалева, М.Г. Лапуста, Л.Г. Скамай - Инфра – М, 2017. – 522 с.
28. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2019. – 452 с.
29. Крылов, Э. И. Анализ финансовых результатов предприятия: учебное пособие / Э.И. Крылов. - ГУАП. – СПб, 2018. – 256 с.
30. Лебедева, Н.М. Анализ финансовой отчетности организаций / Н.М. Лебедева // Справочник экономиста. – 2019. - №3. – С. 16.
31. Лихачева, О.Н. Финансовое планирование на предприятии: Учеб пособие / О.Н. Лихачева - М.: ООО «ТК Велби», 2017. - 264 с.
32. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Д. В. Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 320 с.

33. Мазурова, И.И. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности коммерческой организации / Мазурова И.И., Белозерова Н.П. - СПб. – 2015. – 114 с.
34. Максимова, А.И. Финансовый менеджмент / А.И. Максимова, М.И. Мохина, О.Г. Наумова. – Пермь: АНО ВПО “Пермский институт экономики и финансов”, 2018. – 130 с.
35. Пласкова, Н. С. Финансовый анализ деятельности организации : учебник / Н.С. Пласкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 368 с.
36. Полковский, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.И. Полковский. – М.: КНОРУС, 2019. – 512 с.
37. Попова, Е.П. Экономика организации / Е.П. Попова, К.В. Решетникова. –М.: Юрайт, 2016. – 340 с.
38. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева — М.: ИНФРА-М, 2015. — 495 с.
39. Саакова, Э.Б. Инструментарий управления рентабельностью совокупных активов предприятия / Э.Б. Саакова, А.В. Курицын, Н.Н. Барткова // Вопросы управления. – 2019. – № 1 (18). – С. 266-275.
40. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 536 с.
41. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ, 2019. – 639 с.
42. Скрябина, Е.Ю. Структура предприятия: оцениваем с помощью финансовых показателей / Е.Ю. Скрябина // Российское предпринимательство. - 2018. - №13. – С. 59-66.
43. Сорокина, С.В. Система факторов, влияющих на формирование прибыли предприятия / С.В. Сорокина // Вісник СевНТУ. Серія: Економіка І фінанси. – 2018. – № 116. – С. 205-210.

44. Стрелкова, Л.В. Экономика и управление на предприятии (по отраслям) / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. – М.: ЮНИТИ, 2019. - 367 с
45. Тарасевич, В.М. Ценовая политика предприятия / В.М. Тарасевич. – Питер, 2018. – 288 с.
46. Терешина, В.В. Анализ эффективности производства и продаж / В.В. Терешина // Российское предпринимательство. - 2019. - №4. – С. 90 - 94.
47. Толпегина, О.А. Анализ прибыли: теория и практика исследования / О.А. Толпегина // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - № 2. – С. 50 – 53.
48. Толпегина, О.А. Показатели прибыли: экономическая сущность и их содержание / О.А. Толпегина // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. - № 20. – С. 37 – 39.
49. Тютюкин, Е.Б. Финансы организаций (предприятий) / Е.Б. Тютюкин. - ИТК «Дашков и К», 2017. – 544 с.
50. Феттер, А.А. Управление финансовым результатом от основной деятельности предприятия / А.А. Феттер // Новый университет. Серия: Экономика и право. 2018. – № 10 (44). – С. 16-18.
51. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / По общ. ред. А.Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 1165 с
52. Фролова, Т.А. Экономика предприятия: конспект лекций / Т.А. Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2019. – 385 с.
53. Халиуллина, А.Р. Методы управления рентабельностью предприятия / А.Р. Халиуллина, Д.О. Корнева // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2018. – № 4 (4). – С. 193-196.
54. Цыгичко, А.Н.. Новый механизм формирования эффективности / А.Н. Цыгичко . - Экономика, 2017. – 191 с.
55. Чалдаева, Л.А. Экономика предприятия: учебник / Л.А. Чалдаева. – 3 изд., перераб. И доп. – М.: Юрайт, 2019. – 410 с.
56. Чернышева, Г.Н. Специфика управления прибылью предприятия в условиях нестабильной экономики [Электронный ресурс] – Режим доступа:

http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2017/Economics/3_161483.doc.htm (дата обращения 10.04.2020)

57. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / Л.Н. Чечевицына. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 342 с.

58. Шамхалов, Ф.И. Прибыль – основной показатель результатов деятельности организации / Ф.И. Шамхалов // Финансы. – 2017. - № 6. – С.27-29.

59. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 367 с

60. Экономика предприятия: учеб. пособие / Т.А. Симунина, Е.Н. Симунин, В.С. Васильцов. - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2018, 295 с.

61. Экономическая мысль: разнообразие концепций и сфер применения / под ред. А. П. Заостровцева. – СПб. Леонтьевский центр, 2017. – 428 с

62. Этрилл, П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / П. Этрилл, Э. Маклейни. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 647 с.

63. Данные о предприятии ООО «ДОМЛИФТСЕРВИС» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/10769118> (дата обращения 10.04.2020)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Основные и дополнительные виды деятельности

Основной

43.29 Производство прочих строительно-монтажных работ

Дополнительные (17)

28.22

Производство подъемно-транспортного оборудования

28.22.6

Производство лифтов, скриповых подъемников, эскалаторов и движущихся пешеходных дорожек

33.12

Ремонт машин и оборудования

41.20

Строительство жилых и нежилых зданий

42.99

Строительство прочих инженерных сооружений, не включенных в другие группировки

43.21

Производство электромонтажных работ

43.31

Производство штукатурных работ

43.32

Работы столярные и плотничные

43.33

Работы по устройству покрытий полов и облицовке стен

43.34

Производство малярных и стекольных работ

43.39

Производство прочих отделочных и завершающих работ

43.99

Работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки

43.99.2

Работы по установке строительных лесов и подмостей

43.99.5

Работы по монтажу стальных строительных конструкций

43.99.7

Работы по сборке и монтажу сборных конструкций

43.99.9

Работы строительные специализированные, не включенные в другие группировки

46.69.3

Торговля оптовая подъемно-транспортными машинами и оборудованием