

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

На тему Анализ прибыли предприятия

Исполнитель Никитин Никита Анатольевич
(фамилия, имя, отчество)

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

Бикезина Татьяна Васильевна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой


(подпись)

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

Курочкина Анна Александровна
(фамилия, имя, отчество)

29 мая 2019.

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение..... | 3 |
| 1 Теоретические аспекты анализа формирования и использования прибыли | 5 |
| 1.1 Понятие, сущность и виды прибыли..... | 5 |
| 1.2 Особенности формирования, распределения и использования прибыли | 14 |
| 1.3 Методы прогнозирования прибыли и пути повышения рентабельности предприятия | 25 |
| 2 Анализ деятельности общества с ограниченной ответственностью «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» | 33 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»..... | 33 |
| 2.2 Анализ прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно- консервного комбината» | 41 |
| 2.3 Исследование рентабельности ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» | 51 |
| 3 Мероприятия по увеличению прибыли и эффективности её использования.. | 58 |
| 3.1 Рекомендации по увеличению прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» | 58 |
| 3.2 Прогнозирование прибыли на 2019 год с учётом предложенных мероприятий по увеличению прибыли | 62 |
| Заключение | 65 |
| Список литературы | 67 |
| Приложение А | 71 |
| Приложение Б..... | 73 |
| Приложение В..... | 75 |
| Приложение Г | 77 |
| Приложение Д..... | 79 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В современных условиях рынка предприятиям приходится адаптироваться к быстро изменяющейся хозяйственной среде. Принимаемые руководством решения, в первую очередь, направлены на поддержание положительной динамики финансовых результатов, которые отражают конкурентную позицию и платежеспособность предприятия. Прибыль выступает в роли основного показателя, характеризующего эффективность деятельности всей компании. Существует большое количество факторов, оказывающих прямое или косвенное влияние на величину образующейся прибыли, все они поддаются анализу и могут быть выявлены. Отсюда следует необходимость исследования прибыли, так как появляется возможность у управленческой группы организации, после принятия грамотных решений, оказать воздействие на конечную величину основного финансового показателя – чистой прибыли, что позволит увеличить капитал предприятия. В дальнейшем полученные дополнительные средства могут быть направлены на стимулирование процесса производства, инвестиционную деятельность и расширение производственных мощностей.

В качестве объекта исследования в выпускной квалификационной работе выступает экономическая и финансовая деятельность ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината», занятого в оптовой торговле молочными продуктами.

Предметом исследования является разновидность основных показателей прибыли «ООО Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината».

Цель работы состоит в проведении анализа прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» и разработке рекомендаций по её увеличению.

Для достижения обозначенной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Провести глубокое изучение теоретических и методологических основ анализа категории «прибыль».

2. Дать финансово-экономическую характеристику ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината».

3. Провести расчёты по определению оказываемого влияния со стороны факторов на величину прибыли.

4. Выработать предложения по увеличению поступающего объёма прибыли на рассматриваемое предприятие.

5. Осуществить операцию прогнозирования прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» на 2019 год с учётом предложенных способов повышения значения исследуемого показателя.

Последовательность названных задач формирует структуру работы. В первом разделе рассмотрено такое сложное экономическое явление, как прибыль, через призму взглядов и мыслей исследователей: Днепров М.Ю., Дормана В.Н., Толпегин О.А. и других, – каждый из которых по-своему описывает исследуемую экономическую категорию в своих трудах.

Во втором разделе дана организационно-экономическая оценка деятельности, проведён факторный анализ прибыли и исследована динамика рентабельности ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината».

В третьем разделе предложены пути повышения основных финансовых показателей и рассчитаны значения основных видов прибыли после проведения данных мероприятий.

Практическая ценность выпускной квалификационной работы заключается в возможности увеличения прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» после проведения мероприятий, разработанных автором.

1 Теоретические аспекты анализа формирования и использования прибыли

1.1 Понятие, сущность и виды прибыли

По мере того, как развивалась экономическая наука, понятие «прибыль» постоянно претерпевало изменения, дополнялось и расширялось. С юридической точки зрения прибыль можно определить, как доход, полученный от производства и реализации товаров и услуг. Однако с экономической точки зрения прибылью принято называть не весь доход предприятия, а только ту его часть, которая остаётся после покрытия всех затрат, то есть чистый доход.

Объединив два предыдущих суждения, можно определить прибыль как часть общей выручки, полученной от реализации продукции, которая образуется после вычета из неё издержек производства, следовательно прибыль характеризует превышение результата производственно-хозяйственной деятельности организации над затратами живого овеществленного труда, выраженное в денежной форме.

Она даёт возможность соизмерять соотношение результатов и затрат труда, видеть обоснованность цен и эффективность производственной деятельности [14, с. 58].

На наш взгляд, такая формулировка является не совсем полной, поскольку не включает в себя важную составляющую - налоговый вычет, который оказывает существенное влияние на сумму финансового итога.

Согласно статье 2 Гражданского кодекса РФ основной целью, которую определяет для себя владелец организации в процессе предпринимательской деятельности, является получение прибыли [1]. Отсюда следует, что прибыль, как показатель, показывает экономическую эффективность деятельности организации, так как позволяет оценить достигнута ли данная цель или нет. В тоже время прибыль, как критерий, разграничивает коммерческие организации и некоммерческие в соответствии с положениями статьи 50 ГК РФ.

Законодательные акты частного права, такие как ГК РФ и законы об отдельных видах коммерческих организаций, а также законодательные акты публичного права (Налоговый кодекс РФ, Федеральный закон «О бухгалтерском учете»), содержат в себе нормы, связанные с прибылью. Отсюда следует, что категория «прибыль» обладает межотраслевым правовым значением с точки зрения существующего законодательства

Собственник предприятия перед тем, как принять решение об осуществлении определённого бизнес-проекта или продолжении уже существующего дела, ориентируется на тот уровень финансовых показателей, который он может получить при участии в этой деятельности. Если, после проведения предварительного прогноза, величина возможного дохода не будет его удовлетворять, то предприниматель не будет осуществлять этот проект, в данном случае он предпочтёт рассмотреть другие наиболее выгодные для него варианты. Значит, существует некий уровень прибыли в рыночных реалиях, который способен удержать предпринимателя в данной отрасли или деле.

Такой уровень называется нормальной прибылью, и именно она является факторным доходом для предпринимателя [13, с.103].

Следует отметить, что в сложившихся условиях рыночной экономики роль, которую играет прибыль, имеет многогранный характер. Получение положительной величины финансового результата является первостепенной целью осуществления предпринимательской деятельности. Каждый субъект рынка, поставляющий свой продукт или предоставляющий услугу потребителю, стремится не просто сохранить положительную динамику финансовых результатов, но и значительно повысить качество функционирования внутренних подразделений, а также свести риски неплатежеспособности к минимальному уровню.

Нестабильность экономики, высокая частота возникновения инфляционных процессов, жесточайшая конкурентная борьба, непредвиденные изменения на рынке представляют опасную угрозу для существования хозяйствующих субъектов. Наличие денежного капитала в резервных активах -

это, своего рода, «подушка безопасности», которая гарантирует выход организации из кризисных ситуаций. Таким образом, прибыль выступает в качестве защитного механизма, не позволяющего достичь компаниям уровня банкротства [7, с. 35].

Сложившаяся в нашей стране тенденция по нецеленаправленному распределению прибыли, а именно – использование собственниками доходов предприятия для личного обогащения, оказывает негативное воздействие не только на деятельность предприятия, но и на экономическую ситуацию в государстве в целом. Информация, которая отражается в финансовых документах, систематически искажается. В особенности имеется в виду прибыль, полученная в процессе коммерческих спекулятивных операций и завышения цен, обусловленных монопольным положением организации на рынке. Решение перечисленных проблем должно носить постоянный системный характер на законодательном уровне. Борьба с «теневой» экономикой – одна из приоритетных задач на сегодняшний день.

Благодаря суммам средств, которые получают коммерческие организации в процессе хозяйствования, создаётся фундаментальная основа для развития страны. Механизм налоговой системы выступает гарантом пополнения государственного бюджета и беспрепятственного функционирования программ социального характера.

Являясь сложной экономической категорией, прибыль способствует выполнению ряда важнейших функций, связанных с внутренней и внешней деятельностью организации.

О.А Толпегина в своих работах выделяет: воспроизводственную, контрольную и стимулирующую функции [32, с. 60].

К особенности воспроизводственной функции стоит отнести её непосредственную целесообразность. Принимая решения о направлениях по применению определённой суммы выручки для получения положительного экономического эффекта, руководству разумнее всего обеспечить с её помощью дополнительное развитие производственных мощностей, научно-

исследовательского потенциала предприятия и повысить производительность труда, так как это повлечёт за собой рост объёмов производства и совершенствование качества товаров. Но, к сожалению, это не всегда оправдано для компаний, которые не могут расширить свой собственный рынок сбыта. В таком случае величина остатков готовых товаров будет возрастать, что окажет отрицательное воздействие на рентабельность продаж.

Сущность контрольной функции прибыли, в ряде источников она носит название оценочной, состоит в том, что она отражает результаты производственной, финансовой и коммерческой деятельности организации, то есть представляет собой экономическую характеристику, которая несёт в себе информацию, необходимую для принятия стратегических управленческих решений. Стоит отметить, что одним из достоинств этой функции является то, что она способна повлиять на улучшение делового климата в отношениях между организациями, создаёт основу для заключения потенциально-возможных контрактов и дальнейшего партнёрства.

Финансирование социальных программ, материальные поощрения членов трудового коллектива являются отражением стимулирующей функции прибыли. С её помощью можно повысить производительность труда, заинтересованность работников в достижении высоких результатов на всех уровнях, создать благоприятную атмосферу труда. Принятие участия компании в общественных проектах повышает её имидж и рейтинг [32, с.61].

На основании вышеизложенных функций можно увидеть важность такой экономической категории, как прибыль, для всех субъектов рынка. Даже простой рабочий, приложив усилия и повысив тем самым свою работоспособность с идеей получения повышенного денежного вознаграждения в форме заработной платы, оказывает прямое влияние на размер выручки предприятия.

Само понятие «прибыль» достаточно собирательное и включает в себя множество различных видов. Для удобства рассмотрения, представим их в таблице 1.

Таблица 1.1 – Систематизация видов прибыли предприятия по основным классификационным признакам [9, с.144]

| Признаки классификации прибыли предприятия | Виды прибыли по соответствующим признакам классификации |
|---|--|
| Источники формирования прибыли, используемые в ее учете | - Прибыль предшествующего периода - Прибыль рассматриваемого периода - Прибыль планового периода |
| Источники формирования прибыли по основным видам деятельности предприятия | - Прибыль от операционной деятельности - Прибыль от инвестиционной деятельности - Прибыль от финансовой деятельности |
| Состав элементов, формирующих прибыль | - Маржинальная прибыль - Балансовая или валовая прибыль - Чистая прибыль |
| Характер налогообложения прибыли | - Налогооблагаемая прибыль - Прибыль, не подлежащая налогообложению |
| Характер инфляционной «очистки» прибыли | - Прибыль номинальная - Прибыль реальная |
| Рассматриваемый период формирования прибыли | - Прибыль предшествующего периода - Прибыль рассматриваемого периода - Прибыль планового периода |
| Регулярность формирования прибыли | - Регулярно формируемая прибыль - Чрезвычайная прибыль |
| Характер использования прибыли | - Капитализированная прибыль - Потребленная прибыль |
| Значение итогового результата хозяйствования | - Положительная прибыль - Отрицательная прибыль (убыток) |

На практике предприятиям чаще всего приходится сталкиваться с балансовой, бухгалтерской и экономической прибылью [18, с. 289].

Под балансовой прибылью, её ещё некоторые эксперты называют общей или валовой, принято понимать разницу между выручкой от продаж и суммой

материальных затрат, амортизации и заработной платы. Она является самым объективным показателем формирования, распределения и использования средств. Термин «балансовая прибыль» связан с тем, что конечные финансовые результаты работы предприятия отражаются в его балансе. Балансовая прибыль включает в себя следующие показатели:

- прибыль от реализации произведённой продукции;
- валовую прибыль;
- прибыль от внереализованных операций;
- прибыль от продажи имущества организации.

К прибыли от реализации произведённой продукции относится денежная сумма, которая получена входе сбыта товаров. Её величина рассчитывается с использованием следующей формулы (1):

$$E_{\text{пр}} = E_{\text{д}} - E_{\text{з}} - E_{\text{рх}}, (1)$$

где $E_{\text{пр}}$ – объём прибыли от реализации товаров за период, руб.;

$E_{\text{д}}$ – величина доходов за период, руб.;

$E_{\text{з}}$ – размер расходов по закупке товаров за период, руб.;

$E_{\text{рх}}$ – сумма расходов (за исключением расходов на покупку товаров) за период, руб.

Прибыль от продаж - финансовый показатель, который отражает разницу между выручкой от продажи товаров и затратами, состоящими из себестоимости продукции, коммерческих и управленческих расходов [10, с. 167].

Коммерческие расходы подразумевают: затраты денежных средств на рекламу продукции, транспортировку до места хранения, погрузо-разгрузочные работы и сбыт. Общехозяйственные расходы организации относятся к управленческим расходам.

Под валовой прибылью принято считать финансовый результат, который получен в момент работы предприятия по своему основному профилю согласно Уставу, деятельность не должна быть запрещена законом. Для того, чтобы провести вычисление показателя (Пвал), берётся разница между выручкой от

сбыта продукции без налоговой составляющей (Выр) и затратами денежных или иных средств, в числе которых могут быть акцизы, на создание и связанные с продажей побочные операции над товаром (С), которые включены в себестоимость продукции (2):

$$Пвал = Выр - С \quad (2)$$

Во время внереализационных операций получение прибыли идёт не от основной деятельности, отсутствуют процессы продаж товаров, имущественных ценностей, не проводятся работы и не предоставляются услуги [16, с. 263].

Выручка от продажи материальных объектов, относящаяся к категории имущества, показывает денежные поступления, полученные собственником от реализованного оборудования, зданий, транспортных средств, а также запчастей, топлива, сырья.

Если вычесть из всего имеющегося дохода все издержки, то полученная разность будет носить название экономической прибыли. При её нахождении следует рассматривать влияние на доход альтернативных способов применения ресурсов. Формулу для расчёта можно представить следующим образом (3):

$$П = TR - TC, \quad (3)$$

где П – экономическая прибыль, руб.;

TR – валовый доход, руб.;

ТС – валовые издержки (внутренние, внешние), руб.

Экономическая прибыль будет равна нулю в том случае, когда валовый доход совпадает по своей величине с валовыми издержками. Отсюда следует, что предприятие держится на рынке, но не обладает достаточными средствами, чтобы развиваться.

Уровень, который позволяет предприятию удерживаться в данной отрасли, обозначается нормальной прибылью [13, с. 104].

В том случае, если конечная прибыль превышает эту грань, то это явление будет носить название сверхприбыли, что символично. Обратная ситуация происходит, когда величина затрачиваемых денежных ресурсов

окажется выше полученной суммы доходов, организация неизбежно понесёт убытки.

Внутренние издержки, а в частности альтернативные издержки использования ресурсов, являясь неявными, создают трудности для расчёта экономической прибыли, поэтому существует такое понятие как «бухгалтерская прибыль». Она образуется в момент вычета из полученной части дохода средств, предназначенных для внешних операций, допустим, оплаты услуг поставщикам. Благодаря внутренним издержкам, бухгалтерская прибыль стоит выше экономической.

Балансовая прибыль является источником оплаты налога на прибыль предприятия, поэтому в некоторых источниках она имеет название «налогооблагаемая прибыль». Часть выручки, которая останется в распоряжении организации после осуществления данной операции, называется чистой прибылью [31, с. 341].

Показатель чистой прибыли предстаёт, как значимый для собственников, отражает итог всей совокупности проводимых организацией процессов, характеризуется как разница между прибылью до вычета налогов и размером налога на прибыль и прочих обязательных платежей (4):

$$E_{пч} = E_{пб} - E_{пн}, (4)$$

где $E_{пч}$ – объём чистой прибыли за период, руб.;

$E_{пб}$ – сумма валовой прибыли за период, руб.;

$E_{пн}$ – величина налога на прибыль и других аналогичных платежей за тот же период, руб.

Чистая прибыль остаётся в полном распоряжении хозяйствующего субъекта, она никак не регламентируется государственными нормативными актами [18, с. 60].

Интересом любой организации является стремление максимально возможно повысить показатель прибыли, в связи с этим возникает множество проблем, связанных с достижением поставленной цели.

Рассмотрим зависимость прибыли от цены (P), объёма реализации (Q) и издержек (ТС) (5):

$$\Pi = P * Q - TC \quad (5)$$

Исходя из формулы, очевидны следующие способы, влияющие на величину прибыли:

повышение ценовых показателей на продукцию (услуги);

повышение эффективности производственного отдела и механизма сбыта;

сокращение величины издержек производства.

Первый и второй способы заключаются в установлении новых, более высоких ценовых границ на товары и увеличении количественного производственного результата. Здесь имеются свои ограничения. Поскольку в условиях рынка существует зависимость цены от потребительских предпочтений и желаний, то изменение цен в сторону роста окажет негативное влияние на падение покупательской способности населения, а оно, в свою очередь, отразится на снижении конечных финансовых результатов предприятия-продавца. К тому же, не стоит забывать о жесткой борьбе с конкурентными единицами, которые также ограничивают возможности проводить «вольную» ценовую политику. Исключением может стать предприятие-монополист, которое обладает уникальным товаром и свободно диктует свои условия, однако и здесь появляется «ограничитель» в лице государства.

Доступная и реальная возможность для компаний повлиять на рост поступающего потока прибыли в современных рыночных условиях - это грамотное управление издержками без нанесения «тяжёлых ударов» качеству полученного показателя.

Современные структурные образования, применяя достижения научно-технического прогресса, внедряя стандартизацию, сокращая величину транзакционных издержек, модернизируя технологии, должны отслеживать не наносят ли они существенный ущерб процессам, связанным напрямую с

основными направлениями деятельности. Происходит полная автоматизация и информатизация производственного процесса, идёт формирование цифровой экономики, что постфактум приводит к трансформации сознания и роли всех сотрудников организации. Поэтому необходимо систематически осуществлять расчёты финансовых показателей, изучать их динамику, чтобы не допустить снижения производственной эффективности.

1.2 Особенности формирования, распределения и использования прибыли

Процесс формирования и распределения прибыли компании – это механизм взаимодействия и взаимосвязи основных элементов её возникновения. К ним относятся: доходы, расходы, налоги и факторы, влияющие на величину прибыли.

В самом простом виде финансовый результат можно определить как разницу между доходами фирмы и её расходами. В такой формулировке величина данного показателя зависит от двух переменных – поступлений в актив денежной суммы и выбытие определённой её части на нужды организации.

Коршунов В.В. в своём труде доходами признаёт увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением уставных вкладов участников (собственников имущества) [16, с. 165].

Такое определение, на наш взгляд, весьма ёмкое и информативное, отражает всю суть описываемой категории, так как раскрывает разные способы поступлений денежных сумм в актив компании.

Поступления на предприятие можно разделить на доходы (расходы) от обычных видов деятельности и прочие. Обычные виды деятельности – это непосредственно то, чем занимается предприятие, например: производство благ. Важно отметить, что при этом НДС и акцизы не учитываются.

Прочими доходами (расходами) признаются:

- выплаты штрафов, неустоек за несоблюдение договорных условий;
- убытки от последствий чрезвычайных ситуаций, возникающих во внешней среде (природные катаклизмы, государственные реформы);
- средства, вырученные во время колебаний курсов валют;
- возникновение средств от изменения стоимости активов;
- денежные накопления от платного предоставления прав на различные виды интеллектуальной собственности (патенты на изобретения, промышленные образцы);
- Притоки средств от предоставления аренды помещений, оборудования на длительное или краткосрочное пользование.

По показателю прибыли можно судить о том, как используются материальные ресурсы, основные средства, объем реализации продукции, трудовые ресурсы – вся снабженческая, производственная и сбытовая деятельность организации.

Получение максимально благоприятного эффекта от распределения прибыли осуществимо при внимательном учёте финансового состояния предприятия и выборе приемлемого варианта использования прибыли. Это значит, что если имеет место быть рост производства, то повышается поток средств, направленных на стимулирование производственных мощностей, а в случае отрицательной тенденции последнего, большая часть этого потока уходит на потребление.

Порядок распределения полученной прибыли зависит от организационно-правовой формы конкретного субъекта хозяйствования. Например, в товариществе выручка делится между его представителями в зависимости от их частей в складочном капитале, согласно учредительному договору. В акционерном обществе распределение прибыли имеет усложнённый характер. На Совете директоров и общем собрании акционеров утверждается план распределения [17, с. 29]:

- после стандартных платежей (неустойка, штраф, выплаты по ренте и т.п.) балансовую прибыль делят на две части: одну облагают налогом, а другую нет;

- выплачивается налог на прибыль;

- из чистой прибыли создаются: фонд накопления, фонд потребления и резервный фонд;

- из фонда потребления происходит выплата дивидендов акционерам, часть средств идёт на социальные нужды, поощрения и прочие.

Таким образом, изучаемые процессы весьма вариативны в плане применения, отчего возникает необходимость у специалистов в их понимании, а также умении направлять на общее благо всех отделов компании.

Движение денег происходит непрерывно, такое состояние позволяет приращивать капитал, так как инфляционные процессы способны обесценить застойную часть денежных средств, следовательно, в интересах собственника осознавать значимость проведения выверенной инвестиционной политики, чтобы обеспечить не только сохранность вложенных сумм, но и приумножить их.

Для лучшего понимания процесса формирования и распределения прибыли на предприятии рассмотрим его схему (рисунок 1).

На рисунке наглядно продемонстрированы основные направления, по которым перемещается прибыль внутри предприятия и за его пределами, а также мы имеем возможность наблюдать, как она формируется. Определённая часть полученных средств формирует фонды, являющиеся фундаментом для функционирования всех звеньев в процессе хозяйственной деятельности. Обеспечивается развитие производственного потенциала предприятия, оказывается влияние на мотивацию сотрудников, защищаются основные средства от случайного внешнего воздействия на них. Другая часть прибыли предназначена для обеспечения выплат в государственные фонды (пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд медицинского страхования).



Рисунок 1.1 - Механизм формирования и распределения прибыли предприятия [30, с.14]

На величину формирующейся прибыли оказывает прямое влияние многообразие факторов (Рисунок 1.2).

Незначительное количество выручки направится на выплаты, связанные с несоблюдением договорных обязательств между партнёрами, штрафы и пени. В целом, ситуации подобного характера встречаются на современном российском рынке не так часто, потому что никто из сторон не заинтересован расходовать

лишние средства по уже принятым соглашениям. Но бывают и исключения, которые связаны с серьёзными обстоятельствами, вызванными введением санкций, увеличением уровня инфляции, резким экономическим кризисом, не позволяющими предприятию выполнить свои обязательства в полном объёме в установленный срок.

Существует множество различных подходов к классификации факторов, оказывающих влияние на формирование величины прибыли. Большинство ученых сходятся во мнении, что следует выделять факторы внутреннего и внешнего воздействия.

Их главным отличием друг от друга является возможность контроля со стороны организации. Так, на внешние факторы не может повлиять прямым способом отдельно взятое предприятие, в то время как контроль внутренних факторов полностью лежит на плечах владельца объединения.

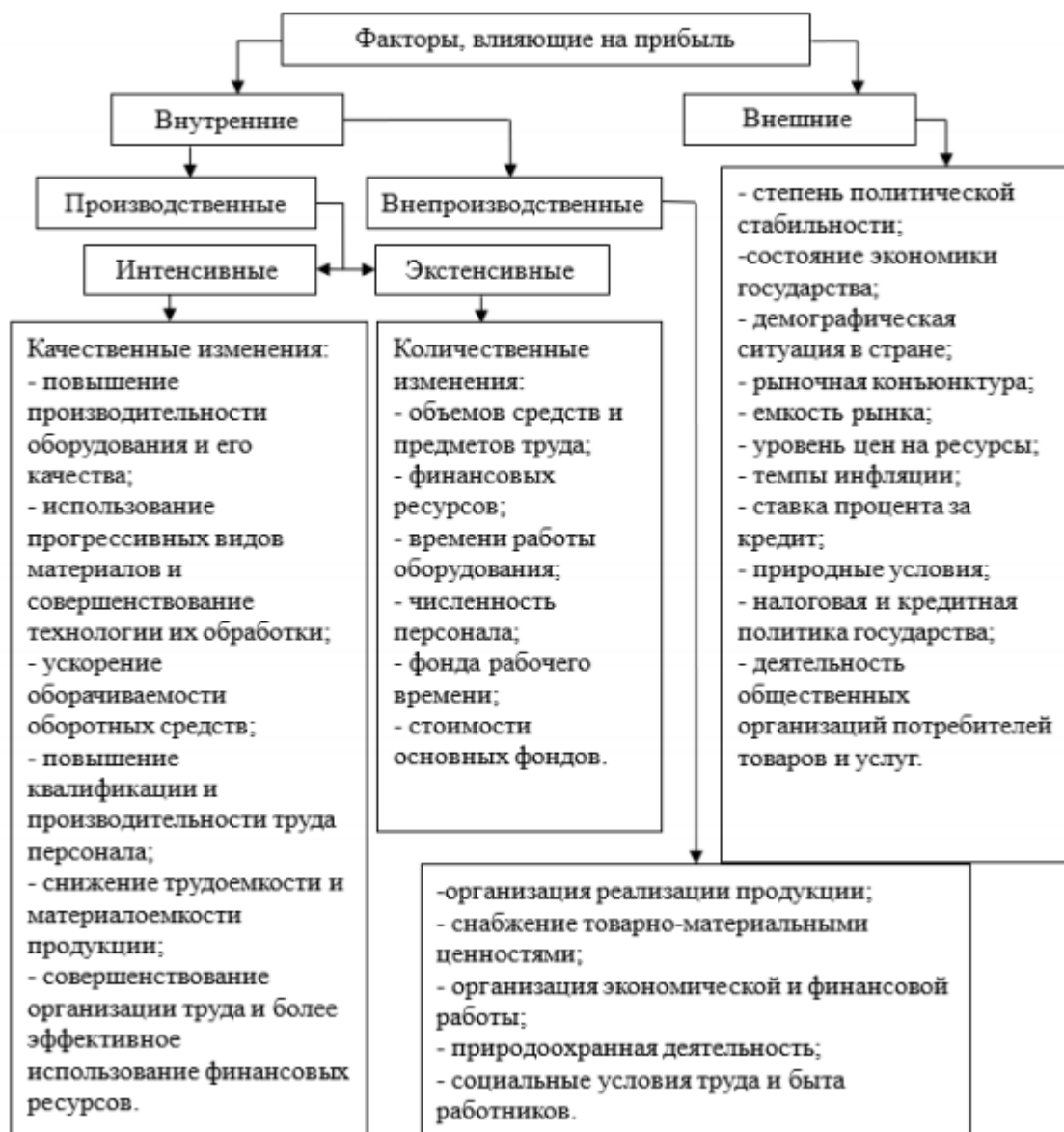


Рисунок 1.2 - Факторы, влияющие на уровень и динамику прибыли

Бородай В. А. среди факторов внутреннего воздействия выделяет управленческие, технологические и социальные факторы, которые имеют ещё и свои подразделения [9, с. 154].

Организация самостоятельно устанавливает уровень цен на свою продукцию, которая будет реализована. При этом необходимо учитывать состояние спроса, цены конкурентных похожих или аналогичных товаров, политическую обстановку и др. Этап установления цен на собственные товары является очень важным в управленческой деятельности компании. Здесь нужно добиться того, чтобы цена была приемлемой для потребителя, повышала интерес предлагаемого продукта. Полученная выручка должна покрыть все

средства, использованные на его создание, и позволить собственнику развивать и совершенствовать производство.

Помимо влияния на цены, предприятие также стремится снизить часть денежных средств, которые расходуются на закупку материалов и энергетических ресурсов, удорожание последних происходит с каждым днём, поэтому следует иметь полное представление об альтернативных вариантах закупки. Поиск новых поставщиков позволяет заключать обоюдно выгодные договоры. Снижение заработной платы на выпуск единицы продукции, сокращение накладных и административных расходов, а также совершенствование организации труда способствует появлению дополнительных денежных накоплений.

Внутренние факторы – это факторы, которые оказывают воздействие на размер прибыли фирмы через увеличение объемов выпуска, улучшение качества продукции, повышение отпускных цен и снижение издержек производства [9, с. 155].

Для проведения анализа влияния внутренних факторов на конечную величину прибыли компании применяют различные методики факторного анализа.

Существует несколько различных методик факторного анализа прибыли, в работе используется одна из распространенных, - методика факторного анализа прибыли от продаж по формам бухгалтерской отчетности [31, с. 274].

Чаще всего она применяется в том случае, когда организация не ведёт подробный учёт продаж. Первичные данные для проведения исследования показателя «прибыль от продаж» находятся в бухгалтерской отчетности, в форме 2 «Отчёт о финансовых результатах».

В расчётах используется формула (6):

$$\text{Ппр} = V - C - \text{КР} - \text{VP}, (6)$$

где Ппр – прибыль от продаж, руб.;

V- выручка от реализации продуктов, руб.;

C – себестоимость реализации продуктов, руб.;

КР – коммерческие расходы, руб.;

УР – управленческие расходы, руб..

Увеличение выручки способствует росту прибыли и, наоборот, в случае уменьшения результативности сбыта, произойдет снижение оборота, а затем и падение величины основного показателя.

Положительное отражение на величине прибыли от продаж находят уменьшающиеся величины управленческих и коммерческих расходов, а также снижающаяся себестоимость. При росте последнего значения, происходит отрицательное влияние на прибыль.

Для того чтобы данные были сопоставимы, следует абсолютные показатели перевести в относительные показатели с помощью пересчета (проценты к выручке от продаж).

Уровень рентабельности базисного периода рассчитывается по формуле (7):

$$R_{пр0} = \frac{П_{пр0}}{V_0} * 100\%, (7)$$

где $R_{пр0}$ – рентабельность продаж в базисном периоде, %;

$П_{пр0}$ – прибыль от продаж в базисном году, руб.;

V_0 – выручка в базисном году, руб..

Похожим образом можно рассчитать уровень рентабельности в отчетном году (8):

$$R_{пр1} = \frac{П_{пр1}}{V_1} * 100\%, (8)$$

где $П_{пр1}$ – прибыль от реализации в отчетном году, руб.;

V_1 – величина выручки в отчетном периоде, руб.

Для вычисления уровней себестоимости в отчетном ($УС1$) и базовом ($УС0$) периодах необходимо величины себестоимости разделить на показатели выручки и умножить полученное значение на 100 процентов (9,10):

$$УС1 = \frac{С1}{V_1} * 100\%, (9)$$

где $С1$ - величина себестоимости в отчетном году, руб.;

V1 – размер выручки в отчетном году, руб.

Уровень себестоимости в базисном периоде (10):

$$УС0 = \frac{С0}{V0} * 100\%, (10)$$

где С0 – себестоимость базисного года, руб.;

V0 – размер выручки в базисном году, руб.

Рост величины коммерческих затрат негативно сказывается на основных показателях деятельности организации. Для расчёта уровня коммерческих расходов необходимо их величину разделить на сумму общей выручки и умножить на 100 процентов (11,12):

$$УКР1 = \frac{КР1}{V1} * 100\%, (11)$$

где КР1 – величина коммерческих расходов в отчетном периоде, руб.;

V1 – общая сумма выручки за отчётный период, руб.

$$УКР0 = \frac{КР0}{V0} * 100\%, (12)$$

где КР0 – величина коммерческих затрат в базисном году, руб.;

V0 – общая величина выручки в базисном году, руб.

Показатель «выручка» терпит изменение в процессе оказываемого на него влияния со стороны предприятия в момент написания новых цен на продукты.

Ценовой фактор, влияющий на результат деятельности, рассчитывается следующим образом (13):

$$\Delta Пвр = \frac{(V1 - V0)}{100\%} * Rпр0, (13)$$

где ΔПвр – изменение прибыли при изменении объёма выручки;

V1 – выручка отчетного периода, руб.;

V0 – выручка предыдущего периода, руб.;

Rпр0 – уровень рентабельности продаж в базисном периоде, %.

Для определения влияния на изменение прибыли от продаж такого фактора, как себестоимость, наиболее логичнее применить относительных показатель себестоимости при расчёте (14):

$$\Delta П_{с/с} = \frac{УС1 - УС0}{100\%} * V1, (14)$$

где УС1 – уровень себестоимости в отчётном периоде, %;

УС0 – уровень себестоимости в базисном периоде, %;

V1 - выручка отчётного периода, руб..

Существенное изменение прибыли происходит под воздействием увеличения или уменьшения коммерческих и управленческих затрат. Воспользуемся формулой расчёта влияния коммерческих расходов на основной показатель деятельности предприятия (15):

$$\Delta П_{кр} = \frac{УКР1 - УКР0}{100\%} * V1, (15)$$

где УКР1 – уровень коммерческих затрат в отчетном году, %;

УКР0 – уровень коммерческих затрат в базисном году, %;

V1 – выручка отчетного года, руб.

Похожим образом производится вычисление влияние управленческих расходов на показатель прибыли (16):

$$\Delta П_{ур} = \frac{УУР1 - УУР0}{100\%} * V1, (16)$$

где УУР1 – уровень управленческих расходов в отчетном году, %;

УУР0 – уровень управленческих расходов в базисном году, %;

V1 – выручка отчетного года, руб..

В исследуемой работе расчёт влияния управленческих расходов на финансовые показатели не осуществляется, так как предприятие в процессе учётной политики приняло решение включить всю величину управленческих расходов в статью «себестоимость».

Общее влияние характеризуется совокупностью отдельных влияний, таким образом, необходимо сложить полученные значения для определения совокупного влияния всех факторов вместе на величину прибыли [14, с. 71].

Принимая во внимание эти факторы, предприятие способно целенаправленно и сознательно принимать решения при ведении хозяйственной деятельности, создавать особые условия для написания планов и программ увеличения прибыли.

Деятельность любой коммерческой организации связана с получением прибыли, и её максимизация является приоритетной целью. Главным направлением факторного анализа становится определение путей увеличения прибыли предприятия. Особую роль играют те факторы, которые поддаются управлению, связанные напрямую с его производственно-хозяйственной деятельностью. Но необходимо также отслеживать изменения рыночных условий, формирующих внешние факторы.

Рассмотрим основные внешние факторы, влияющие на прибыль предприятия. Так как рынок представляет собой сложную хозяйственную систему, в которой действуют многие факторы, направленность которых неоднозначна, возникает неопределённость для будущей деятельности предприятия. Именно знание факторов, влияющих на формирование величины прибыли, позволяет снизить присутствующую неопределённость [34, с. 286].

К факторам внешнего воздействия относят рыночную конъюнктуру, законодательные и властные структуры. Эти факторы могут повлиять на количество производимой продукции, что соответственно скажется и на доходах организации. С помощью налогов и ценовой политики государство способно оказывать существенное влияние на деятельность предприятия, корректируя его прибыль. Это влияние может быть направлено как на увеличение прибыли, так и на её снижение. Для некоторых предприятий государство создаёт особые условия для ведения хозяйственной деятельности в виде государственного заказа на дополнительный выпуск продукции, дотирует производство и регулирует цены на товары. А для других создаёт препятствия в виде повышения размеров налогов и пошлин.

Конъюнктурный рыночный фактор чаще всего возникает во время роста инфляции и гиперинфляции, при изменении меновой стоимости продукции и

услуг. В такие периоды факторы, определяющие цены на товары могут сильно измениться, что повлечёт за собой увеличение спроса на определённый вид продукции. Всё это создаёт благоприятные возможности для деятельности ряда предприятий, которые обладают достаточной информацией о предпочтениях рынка [33, с. 56].

У организаций, в которых анализ внешних факторов формирования прибыли осуществляется на низком уровне или не проводится вовсе, возникает множество проблем, связанных не только с определением более выгодных направлений своей деятельности, но и с лишними расходами. Такие предприятия не успевают адаптироваться к новым условиям рынка и в большинстве своём, становятся менее конкурентно-способными или терпят банкротство.

Методики анализа прибыли позволяют, в т.ч., достаточно точно предсказать, как именно будет меняться прибыль от реализации, при изменении каждого из меняющихся факторов. Предприятия при принятии управленческих решений должны учитывать не только внутренние, но и внешние факторы формирования прибыли. Ведь именно они показывают, умеет ли организация использовать особенности рынка, подстраиваться под него для достижения своих целей.

Одни процессы, связанные с движением потока прибыли, другие – оказывающие воздействие на неё разными путями, должны быть известны и подконтрольны.

Мы выяснили, что от того, как перемещается прибыль внутри хозяйствующего субъекта, зависит успешность конечных результатов отдельных структурных подразделений организации.

1.3 Методы прогнозирования прибыли и пути повышения рентабельности предприятия

Получение прибыли любым хозяйствующим субъектом должно носить систематический характер, поэтому одной из важных задач, относящейся к

управленческой деятельности на предприятии, является разработка стратегии, которая включает в себя комплекс мероприятий по увеличению прибыли и уменьшению издержек.

Внутриорганизационное планирование финансовых показателей даёт непосредственно тому, кто его проводит, наглядную информацию о действующем состоянии организации и позволяет разработать универсальную методику, на основании которой появляется возможность повысить эффективность уже существующей производственной системы, уменьшить расходы, которые, в свою очередь, были направлены на нецелесообразную деятельность, и стимулировать работу всех подразделений.

Крупные передовые компании разрабатывают стратегические, долгосрочные, среднесрочные и текущие планы, проводят технико-экономическое планирование, создают проекты по инвестиционной деятельности. В отличие от них, малые и средние предприятия стремятся упростить процесс написания планов, так как не всегда имеют возможности для подобной деятельности [7, с. 108].

На сегодняшний день уже разработано множество способов анализа и планирования финансовых показателей. Каждая организация выбирает тот вариант, который наиболее удобен и прост в расчётах, а также способен целиком и полностью охватить всю деятельность компании и определить факторы, влияющие на величину рассчитываемых показателей.

Планирование прибыли чаще всего осуществляется посредством следующих способов: методом прямого счета, аналитическим методом, методом совмещённого расчёта.

Стоит отметить, что есть множество других методик осуществления планирования прибыли, например, составление множественной корреляционной модели, экономико-математические методы, методы маржинального анализа, и все они применяются на практике.

Расчёт прибыли, как разницы между выручкой от реализации в соответствующих ценах (без НДС и акцизов) и полной её себестоимостью, отражает сущность методики прямого счёта [18, с. 292].

Плановая валовая прибыль (Пвал) рассчитывается по формуле (17):

$$\text{Пвал} = (O * Ц) - (O * С), (17)$$

где O – объём выпуска продукции в планируемом периоде, шт.;

Ц – цена за единицу продукции (без учета НДС и акцизов), руб.;

С – полная себестоимость единицы продукции, руб.

К преимуществам метода можно отнести достаточную простоту подсчётов, которая, в свою очередь, повлияла на его широкое распространение и использование многими управленческими подразделениями для разработки планов и достижения поставленных целей. При выпуске большой разновидности продукции предприятия производят расчёт плановых и отчетных показателей себестоимости готовой продукции, учитывая при этом товары, на которых действует повышенный спрос и которые являются основными при реализации, а остальные рассчитываются по стандартным показателям, что влияет на точность конечного результата показателя плановой прибыли. Отсюда вытекает очевидный минус этого метода. Из-за возможного изменения цен, вызванного различными факторами (инфляция, санкции и др.), он применяется в краткосрочном периоде, что приводит к значительной трате времени на проведение постоянных расчётов.

Аналитический метод удобен тем, что применяется в случаях, когда предприятие выпускает большой ассортимент продукции. Данная методика является дополнением к предыдущему способу планирования, так как позволяет выявлять отдельные факторы, оказывающие влияние на плановую прибыль.

Для того чтобы рассчитать прибыль при помощи данного метода, необходимо пройти три этапа.

Первым делом определяется базовая рентабельность (R) как частное от деления ожидаемой прибыли ($\Pi_{ож}$) за отчетный год на полную себестоимость

($C_{\text{ТП}}$) товарной продукции за тот же период. При этом следует учитывать не один вид продукции, а все сравнимые товары в целом (18):

$$R = \frac{\text{Пож}}{C_{\text{ТП}}} \quad (18)$$

Следующим шагом рассчитываем объём товарной продукции в планируемом периоде по себестоимости отчетного года и определяем прибыль на товарную продукцию с учетом значения базовой рентабельности (19):

$$\Pi = C * R, \quad (19)$$

где C - себестоимость отчетного периода, руб.;

R - базовая рентабельность, %.

И напоследок стоит пронаблюдать, какое влияние на плановую прибыль оказали различные факторы, например, изменение себестоимости однородных товаров, повышение их качества, цен и т.п.

По продукции, которая является несравнимой, прибыль рассчитывается отдельно. Для наиболее удобного использования аналитического метода некоторые специалисты строят многофакторные модели, которые помогают учесть возможное влияние различных факторов на финансовые результаты деятельности хозяйствующего субъекта.

Наиболее распространённый способ планирования прибыли – это метод совмещённого расчёта. Из названия следует, что данная методика комбинирует в себе элементы двух предыдущих методик. Таким образом, метод прямого счета определяет величину стоимости товарной продукции в ценах планируемого периода и по себестоимости отчетного года, а воздействие на плановую прибыль ряда факторов выявляется с помощью аналитического метода [18, с. 294]. Он применяется организациями в том случае, если у них узкий товарный ассортимент. В противном случае становится трудоёмким процесс проведения расчётов.

Доктор экономических наук, Александр Николаевич Хорин выделяет СВР – анализ, как наиболее эффективный способ стратегического анализа [37].

Аббревиатура CVP расшифровывается, как Cost-Volume-Profit (затраты-объём-прибыль), она отражает сущность данного анализа – выявление и установление оптимальных пропорций между объёмом реализации, ценой и переменными и постоянными затратами. Данная методика на практике позволяет коммерческим организациям рассчитать величину прибыли от изменения объёма произведённой продукции.

На выбор дальнейших действий организации, касающихся развития, оказывает влияние величина маржинального дохода, так как, повышая данный показатель, можно добиться роста прибыли за счёт снижения цены продажи и увеличения объёмов сбыта. Изменяя постоянные и переменные издержки, а также объём выпуска, предприятие способно достичь дополнительного притока выручки. Помимо этого, стоит также использовать величину маржинального дохода в расчёте на единицу продукции для решения проблем, которые связаны с доходами и издержками организации.

Резюмируя всё вышесказанное, нельзя не отметить, что процесс планирования прибыли имеет огромное значение для принятия организацией оптимальных управленческих решений, которые позволят в будущем достигнуть намеченных целей. Важность прогнозных расчётов прибыли заключается ещё и в том, что деловые партнеры, а также инвесторы и акционеры, которые вкладывают свои средства в данное предприятие, способны отслеживать малейшие изменения эффективности деятельности этой компании и тем самым приобрести уверенность в правильности собственного выбора.

В период разработки плана по прибыли следует обратить внимание на все факторы, которые оказывают прямое или косвенное влияние на её величину, а также из нескольких предложенных программ развития организации выбрать такую, которая будет максимально удобной и эффективной для конкретной компании в зависимости от характера деятельности.

Так как деятельность любой организации может быть операционной, инвестиционной и финансовой, то и планировать прибыль следует по этим видам деятельности [18, с. 296].

Когда специалисты планируют прибыль от операционной деятельности, они опираются на показатель рентабельности продаж, который рассчитывают по формуле (20):

$$ROS = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка от продаж}} * 100\% \quad (20)$$

При повышении данного показателя можно добиться эффективности в управлении ресурсами.

Планирование прибыли от инвестиционной деятельности основано на эффективности использования капитала, которую отражает инвестиционная рентабельность (21):

$$ROI = \frac{\text{Прибыль до оплаты налогов}}{\text{Валюта баланса – краткосрочные обязательства}} * 100\% \quad (21)$$

Показатель ROI показывает способность обеспечить необходимую отдачу от капитала, который вкладывается в качестве инвестиции, и определяет расчётную базу для прогнозирования. Кроме того, его используют, чтобы определить текущую стоимость ресурсов.

После принятия решения компанией провести планирование прибыли от финансовой деятельности, основным элементом при проведении анализа выступит заёмный капитал (22):

$$ROL = (ROA_{EBIT} - WACL P) * \left(1 - \frac{T}{100}\right) * \frac{LC}{EC}, \quad (22)$$

где ROL (Return on Loans) – рентабельность заёмного капитала;

ROA_{EBIT} (Return on Assets) – рентабельность активов по EBIT (по операционной прибыли), % (23).

$$ROA_{EBIT} = \frac{EBIT}{TA}, \quad (23)$$

где EBIT (Earning Before Investment and Taxes) – прибыль до уплаты налогов;

TA (Total Assets) – сумма активов;

WACLP – средневзвешенная цена заёмного капитала, %;

T – ставка налога на прибыль, %;

LC (Loan Capital) – заёмный капитал, %;

EC (Equity Capital) – собственный капитал, %.

Рентабельность заёмного капитала отражает приток прибыли в компанию на 1 руб. (евро, доллар) заёмного капитала.

Если вдруг окажется, что предприятие не способно получать прибыль в достаточном объёме, то руководству следует позаботиться о том, чтобы в результате анализа прибыли, затрат и объёмов реализации выявить резервы для дополнительных денежных поступлений.

Планирование прибыли играет важную роль в финансовом прогнозировании, но для того, чтобы собственник предприятия мог иметь полные сведения о деятельности организации, необходимо также осуществлять анализ рентабельности, поскольку он отражает эффективность работы всех подразделений, как по отдельности, так и в совокупности.

В общем виде рентабельность представляет собой отношение конечного финансового результата к затратам, необходимым для его достижения. Данный показатель является относительным и измеряется в процентном выражении.

Являясь основным критерием для оценки уровня эффективности деятельности организации, показатель рентабельности отражает прибыльность или доходность предприятия [36].

Мы видим, какой поистине сложной многоуровневой категорией предстаёт прибыль, именно поэтому и по сей день является актуальным проведение обширного изучения данного явления.

По мере того, как организация повышает свою рентабельность, одновременно возрастает её статус на рыночной арене, который способствует установлению новых отношений с контрагентами.

В упрощённом виде смысловая нагрузка рентабельности не совсем точна, поскольку содержит информацию в относительной форме. Т.е. объективно

данная величина не в состоянии отразить происходящее в материальном мире, а лишь показывает, как эффективно происходят процессы. Следовательно, имеются и плюсы, и минусы при использовании данной категории при анализе состояния, как отдельных хозяйственных процессов, так и целиком всей финансово-хозяйственной деятельности.

Среди положительных сторон выделяется быстрота расчётов и понимание смысла показателя. Большим минусом выступает затруднение в действительном отражении происходящих изменений.

Соотнося прибыль с большинством показателей, связанных непосредственно с работой организации, можно узнать, какая тенденция – увеличения или снижения, присуща исследуемым направлениям.

Одним из самых распространённых видов рентабельности экономисты называют показатель рентабельности продаж, так как он чаще всего рассчитывается для формирования осознания, на сколько рублей выручки приходится прибыли.

Г. В. Савицкая считает, что при проведении финансового анализа следует акцентировать своё внимание на задачах этой операции [29, с. 296]:

- отслеживание выполнения плана изготовления товара;
- установление имеющегося влияния на результаты деятельности факторов, не связанных с ней.
- определение возможных способов увеличения прибыли;
- нахождение оптимальных пропорций между понесенными расходами и отдачей в виде экономического эффекта.

Многие учёные занимаются вопросом, связанным с прибылью, однако до конца эту категорию пока не удалось раскрыть. Она продолжает развиваться в современном мире, что создаёт необходимость в постоянном её раскрытии. Также важным является изучение и процессов, определяющих направления применения имеющейся прибыли в руках собственников, что открывает огромное пространство для проведения исследований, которые в дальнейшем нужно подкреплять практической составляющей.

2 Анализ деятельности общества с ограниченной ответственностью «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»

Общество с ограниченной ответственностью «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» образовано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ «О создании общества с ограниченной ответственностью» [1].

Данная организация имеет регистрационный номер 1037832030774 (ОГРН), полученный учредителями в Межрайонной Инспекции Федеральной Налоговой Службы России № 26 по Санкт-Петербургу 6 мая 2003 года.

Основная деятельность предприятия заключается в ведении оптовой торговли продуктами питания, в частности, молочными продуктами, яйцами и пищевыми жирами и маслами. Отрасль, в которой занято предприятие, - пищевая промышленность.

Являясь юридическим лицом, организация строит свою деятельность в соответствии с Уставом и действующим законодательством Российской Федерации.

Полное наименование предприятия на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината». В сокращенном виде: ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината».

Предприятие, являясь коммерческой организацией, имеет право открывать счета в банках, обладает собственной круглой печатью, бланками и штампами со своим наименованием и эмблемой, позволяющими визуально идентифицироваться физическими и юридическими лицами.

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» расположено по адресу: 197373, Россия, город Санкт-Петербург, улица Планерная, дом 63, корпус 1, квартира 391.

В состав учредителей входят два участника: ООО «ПЭО Балтинвест» и ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат», обладающие 50,01 % и 49,99 % долями соответственно.

Каждый из участников обладает обязательствами перед ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» в зависимости от стоимостной величины собственной доли в уставном капитале.

Гарантией интересов кредиторов является уставный капитал организации, определяющий минимальный размер имущества. На исследуемом предприятии уставный капитал составляет 10000 (десять тысяч) рублей.

Один из участников – ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» представляет из себя успешную Белорусскую организацию с богатой историей, начало которой приходится на 1938 год. На сегодняшний день является одним из крупнейших предприятий на территории Беларуси, занятых в молочной промышленности. Выпускает более 80 видов продукции, включая: молочные консервы, цельномолочную продукцию, сыры и сухие молочные продукты. В то же самое время занимается разработкой и производством безвредных продуктов детского питания. Владелец множества наград за участие в зарубежных конкурсах, выставках и ярмарках, в том числе и награды за победу в номинации «Продукт года - 2015» в городе Минск.

Комбинат арендует два специализированных терминала в Санкт-Петербурге, куда поступает готовая продукция прямо из Беларуси для хранения и дальнейшего сбыта. Важной особенностью при хранении товаров является наличие технологий поддержания низких температур в помещениях с целью сохранения первоначальных свойств молочной продукции и предотвращения непредвиденных ситуаций по порче товара.

Другой участник - ООО «ПЭО Балтинвест» планирует и контролирует экономические показатели деятельности представительства.

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» является структурным подразделением ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат».

Специфика деятельности предприятия заключается в закупке готовой продукции и оптовой продаже её в дальнейшем сетевым розничным магазинам.

Организационная структура дистрибьютора представлена на рисунке 2.1.

Структура управления является линейно-функциональной, что свидетельствует о наличии у каждого подразделения своего начальника, который принимает решения и ставит задачи перед работниками, находящимися на нижнем уровне структуры. Такая система позволяет наиболее гибко и эффективно справляться с возникающими проблемами, а также достигать поставленных целей за счёт делегирования полномочий, предусмотренного должностными инструкциями.

Исследуемое предприятие поставляет продукцию сетевым магазинам в Санкт-Петербурге, таким как: «Пятёрочка», «Лента», «Ашан», «Окей», «Перекресток» и др.

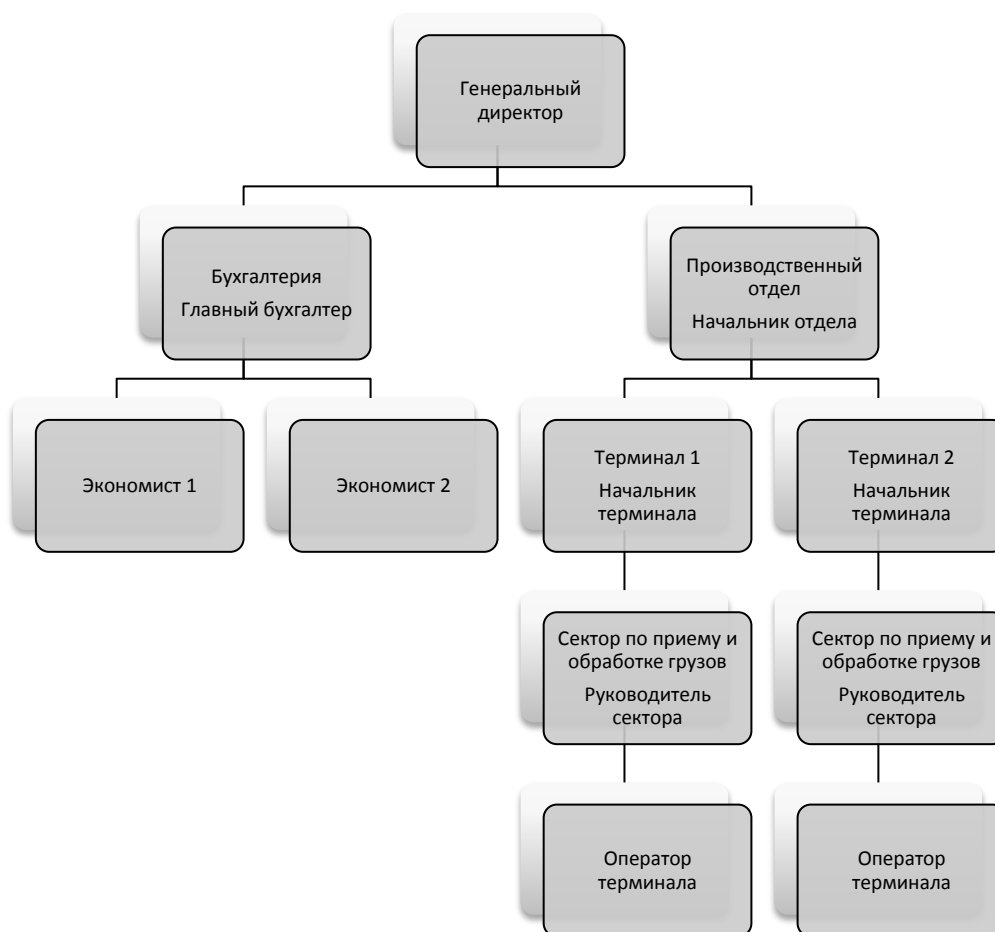


Рисунок 2.1 - Структура управления ООО «Представительство
Рогачевского молочно-консервного комбината»

В работе проведён горизонтальный анализ активов ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за 2016-2018 г. г. (См. Приложение А).

Полученные результаты свидетельствуют о том, что в балансе предприятия не числятся внеоборотные активы. Это объясняется спецификой учетной политики организации.

Выявлено уменьшение оборотных активов в 2018 году на 73358 тыс. руб. или 64,69%, которое вызвано сильным снижением величины дебиторской задолженности, а именно: на 68077 тыс. руб. или 88,72%. Данный факт не является положительным и свидетельствует о падении уровня продаж предприятия. Но в то же самое время снижение дебиторской задолженности показывает, что организация наиболее эффективно проводит расчёты со своими клиентами.

Согласно данным, которые приводит Росстат, в первом полугодии 2018 года наблюдается незначительный рост доходов населения на 2,6%, однако уже в начале третьего квартала данный показатель снизился, что отразилось на покупательской способности населения, в частности, уменьшился спрос на молочную продукцию.

Снижение величины запасов на конец 2018 года по сравнению с 2017 годом составляет 4783 тыс. руб., в процентном выражении – 69, 67%. Это вызвано необходимостью со стороны организации проводить процесс нормирования готовой продукции, с целью сохранения определённой величины денежных средств, поскольку имеет место тенденция уменьшения количества заказов от гипермаркетов.

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» осуществляет краткосрочные финансовые вложения, которые на протяжении трёх лет, начиная с 2016 года, оставались неизменными, и на конец 2018 года составили 14572 тыс. руб.

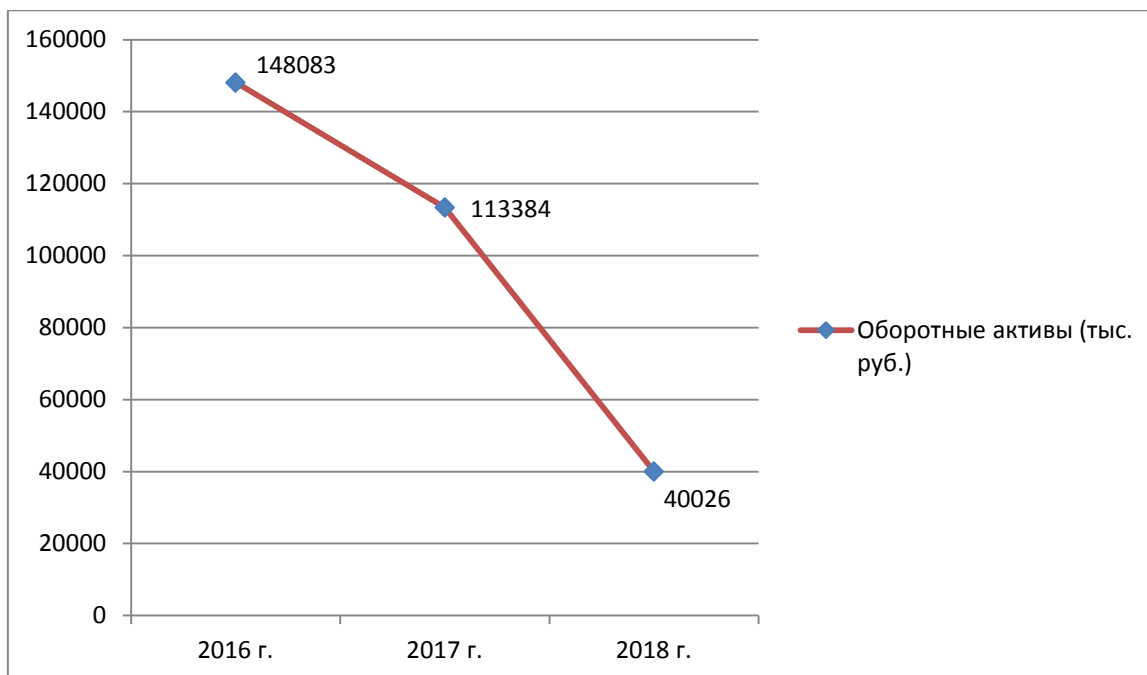


Рисунок 2.2 - Динамика оборотных активов ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за период 2016-2018 г. г.

Несмотря на значительное уменьшение оборотных активов, показатель денежных средств и денежных эквивалентов возрос, постепенно начиная увеличение с 2017 года – на 2351 тыс. руб. и заканчивая ростом в 2018 году – на 7224 тыс. руб. или на 133,95%, что является положительным и весьма благоприятным фактом.

В процессе исследования бухгалтерского баланса предприятия был проведён горизонтальный анализ пассивов (См. Приложение Б).

В ходе анализа источников, формирующих имущество организации, было выявлено следующее:

- уставный капитал ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» составляет минимальную величину для данного типа организации и составляет 10000 рублей;

- объем нераспределённой прибыли в 2016 году был равен 21003 тыс. руб. На следующий год наблюдался рост, который составил 6225 тыс. руб. или 29,64%. Но уже к концу 2018 года произошло незначительное снижение данного показателя на 1368 тыс. руб. или 5,02%;

- в целом размер собственного капитала достаточно велик, благодаря чему внутри предприятия появляются дополнительные средства, которые в дальнейшем целесообразно привлечь для развития основной сбытовой деятельности, а также для усовершенствования рекламы;

- отсутствие заемных средств показывает, что ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» не нуждается в финансовой поддержке со стороны банков;

- за последний год резко снизилась кредиторская задолженность: если в 2017 году она составляла 86146 тыс. руб., то уже к 2018 году её величина уменьшилась до 14156 тыс. руб. Такое стремительное падение данного показателя на 83,56% обусловлено повышением эффективности расчетов с покупателями, в том числе происходит снижение временных рамок доставки продукции.

- организация не имеет задолженностей перед фондом социального страхования и перед сотрудниками по оплате трудовой деятельности, выплачивает все налоги вовремя и системно.

Вместе с уменьшением активов, произошло незначительное снижение собственного капитала. Независимо от того, что его величина вышла за последние три года на совершенно новый уровень, в последний год наблюдалось снижение, что является негативной тенденцией.

На рисунке 2.2 отражена динамика собственного капитала и краткосрочных обязательств ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» для более наглядного восприятия.

Наблюдается быстрое падение оборотных активов в связи с тем, что поступление товара на склады уменьшилось, не выгодно хранить большие объёмы запасов, поскольку реализация замедлилась, что является минусом для общей работы.

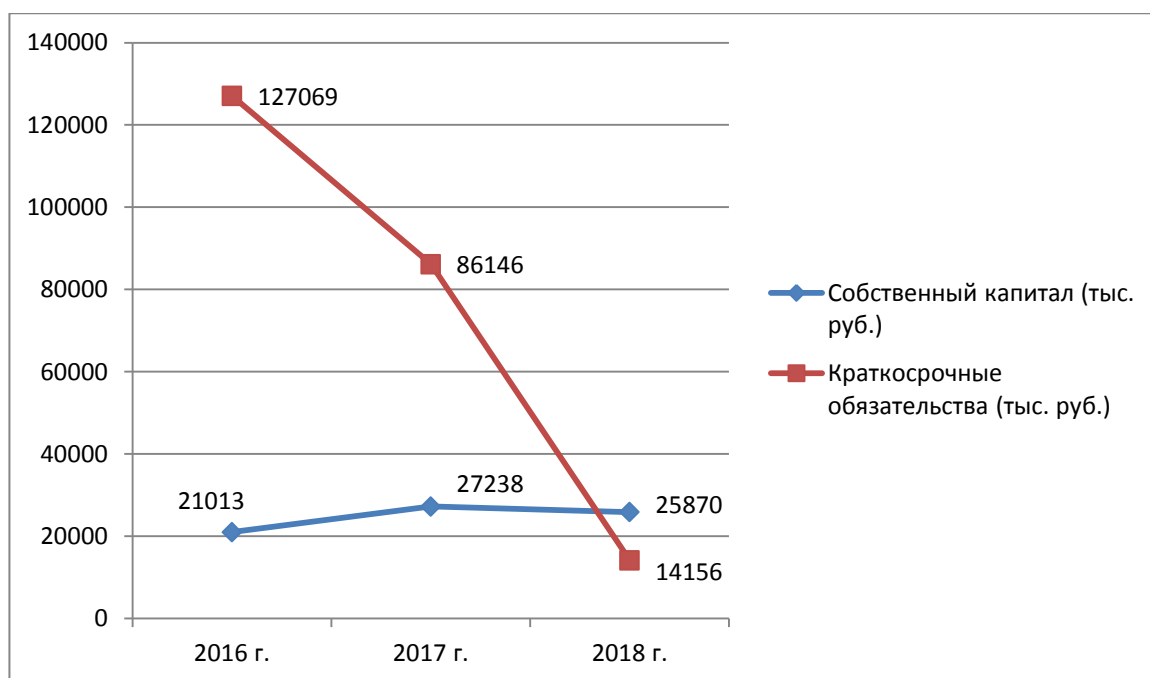


Рисунок 2.3 - Динамика источников финансовых ресурсов ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за 2016-2018 г.г.

В процессе исследования был также проведён вертикальный анализ активов и пассивов предприятия, посредством которого можно наблюдать изменения в структуре пассивной части баланса (См. Приложение В).

Из таблицы следует, что 100% удельного веса в активах предприятия занимают оборотные активы. В их составе наибольший удельный вес на конец 2018 года принадлежит финансовым вложениям (за исключением денежных эквивалентов) – 36,41%, что отражает стремление ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» предоставлять займы своим клиентам на период не более одного года. Такая прерогатива позволит представительству в ближайшем будущем повысить число продаж, возбудить интерес к своей продукции у потенциальных заказчиков, в частности предприятий, занятых в малом бизнесе, которым на начальном этапе достаточно сложно реализовать свой потенциал.

В 2018 году произошёл сильный скачок в величине денежных средств, изменение удельного веса в пользу роста по сравнению с 2017 годом составило

26,76%. Данная статья свидетельствует об увеличении финансовых мощностей представительства.

Как уже говорилось ранее, дебиторская задолженность в последнее время снижалась, её удельный вес в оборотных активах на момент окончания 2018 года составил 21,61%, что на 46,06% меньше, чем в 2017 году.

На рисунке 2.4 показана структура оборотных активов предприятия.

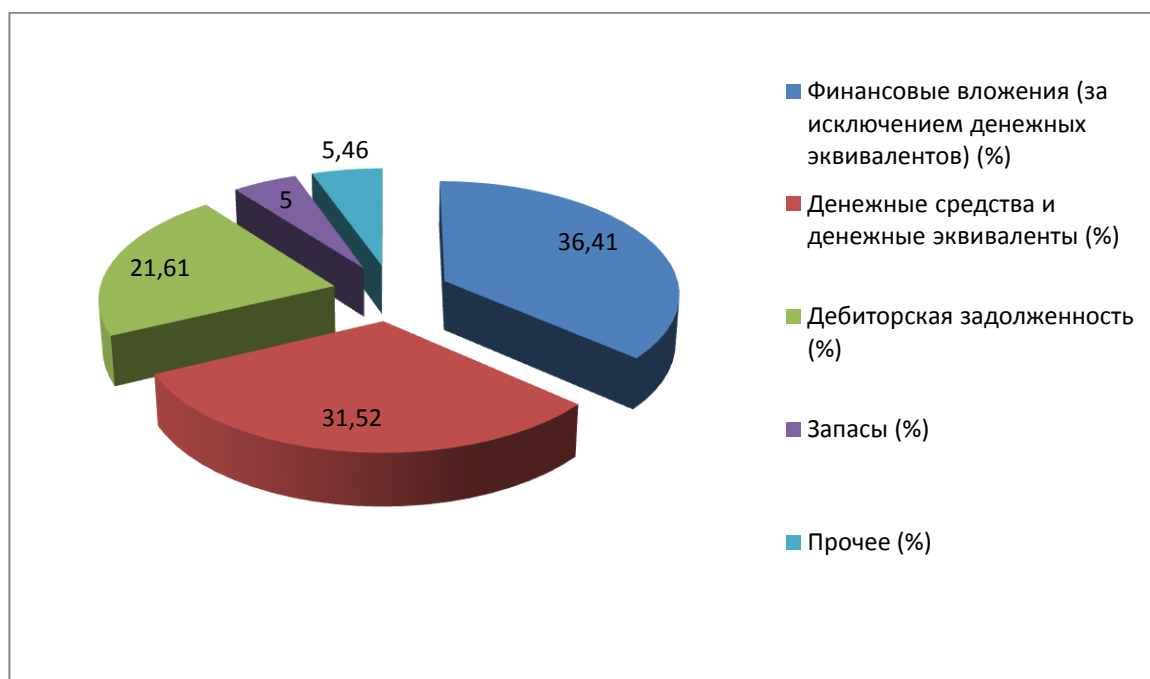


Рисунок 2.4 - Структура оборотных активов ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» на конец 2018 года.

В ходе вертикального анализа пассивов предприятия (См. Приложение Г), выявлено, что целиком пассив состоит из двух частей: величины собственного капитала, удельный вес которого составляет на момент окончания 2018 года 64,61%, что на 40,6% больше, чем в 2017 году, и краткосрочных обязательств.

Количество предоставленных предприятием займов снизилось в удельном весе на 40,61% за последний год и составило 35,37%, что отражает желание представительства получать средства от проводимых сделок без отсрочек платежей. Это связано в большей степени с тем, что в начале 2019 года по данным Росстата инфляция возросла на 1,5%, при этом повлекла за собой соответствующий рост цен на сырьё и материалы. Исходя из этих

соображений, предприятие стремится повысить свою финансовую устойчивость.

Структура пассива баланса представлена на рисунке 2.5

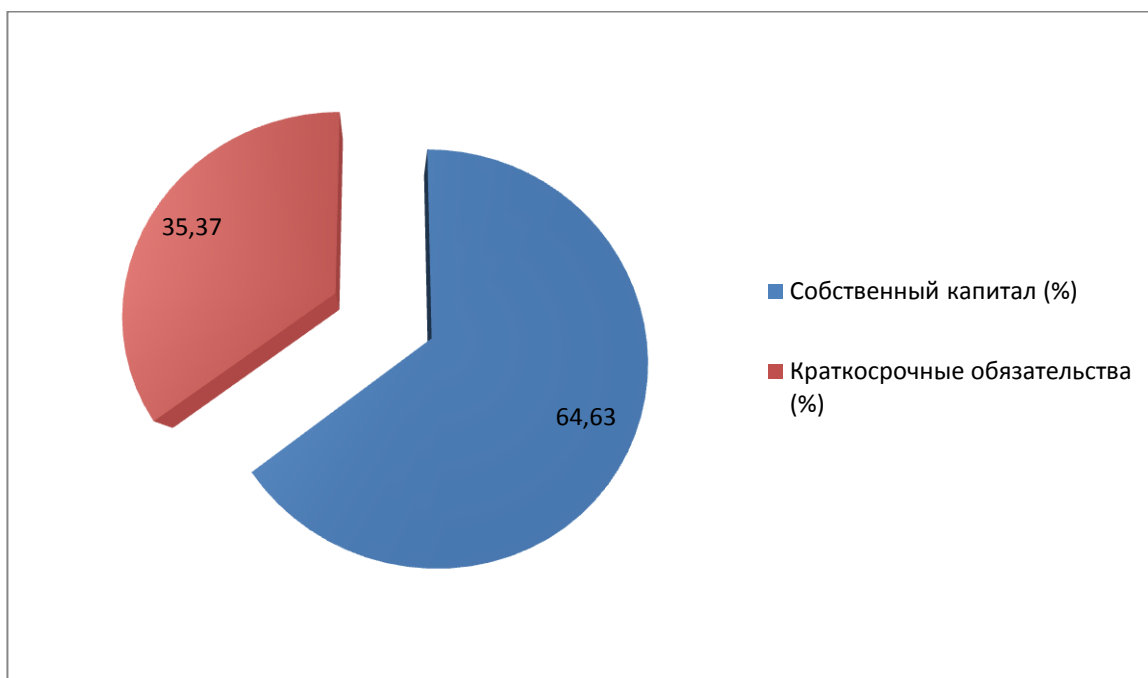


Рисунок 2.5 - Структура источников финансовых ресурсов ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» на конец 2018 года.

2.2 Анализ прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»

В качестве источника, содержащего информацию о прибыли, служит форма 2 «Отчет о финансовых результатах», утвержденная Минфином России от 02.07.2010 года [3].

Анализ финансовых показателей проведен на основании результатов изменения динамики финансовой отчетности (См. Приложение Д).

Размер выручки в конце 2016 года был равен 935772 тыс. руб., на следующий год показатель увеличился до 1350861 тыс. руб., абсолютное изменение составило 415089 тыс. руб., в процентном выражении – 44,36%. Но уже в 2018 году было зафиксировано снижение объема выручки до 876915 тыс. руб. Падение данного показателя равняется 35,08%.

Зафиксированное выше колебание величины исследуемого показателя за анализируемый период характеризуется изменением масштабов сбытовой деятельности ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»: с 2016 года по 2017 год выявлен рост продаж за счёт увеличения числа заказов. Здесь нашла своё отражение эффективная маркетинговая политика организации, позволившая привлечь внимание потенциальных клиентов, такие компании как: «Семья», «Мировой продукт», «Магнит». Но, начиная с 2017 года и заканчивая 2018 годом, наблюдается уменьшение количества реализованной продукции. Стоит отметить, что этот факт негативно влияет на финансовые показатели организации.

На протяжении трёх лет величина себестоимости продукции не превышала объём получаемой организацией выручки. Это находит положительное отражение на величине денежных средств, которые направляются на прочие расходы. К тому же данный факт свидетельствует об отсутствии убыточности за счёт основной деятельности. С 2016 года по 2017 год прирост себестоимости составил 44,05%, что вызвано резким ростом спроса на большинство видов продукции (сыр, молоко сгущенное с сахаром и цикорием, молоко питьевое стерилизованное для питания детей раннего возраста и др.). Однако, обратная ситуация наблюдается в 2018 году: происходит стремительное снижение данного показателя на 35,78%. Организация принимает решение уменьшить издержки производства, так как сократилось число заказов. В целом ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» эффективно контролирует исследуемый показатель.

О стимулировании управленческой деятельности представительства свидетельствует варьирование валовой прибыли, которая имеет прямую зависимость от значения себестоимости. В 2017 году замечено увеличение показателя на 12420 тыс. руб., а в последнем периоде снижение на 2795 тыс. руб. или 8,22%. Меры по регулированию себестоимости, которые принимает

организация в 2018 году, всё-таки недостаточны, если сравнивать с аналогичным периодом в прошлом году.

В 2018 году ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» повысило наценку на все виды молочных продуктов на 1,11% [5]. Такая мера представляет собой ответную реакцию на внешнее изменение заинтересованности сетевых магазинов в продукции исследуемой организации.

Величина расходов на коммерческую деятельность в последний период равнялась 22795 тыс. руб., что на 1385 тыс. руб. больше значения 2017 года. Увеличение данного показателя не повлияло на ожидаемый рост продаж, однако повысило их эффективность.

Рассмотрим структуру коммерческих расходов (таблица 2.1).

Таблица 2.1 - Структура коммерческих расходов ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за 2016-2018 г. г.

| Вид коммерческих расходов | 2016 год | 2017 год | 2018 год | Абсолютное изменение, 2018 г. к 2017 г. | Удельный вес в 2018 г., % |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|---|---------------------------|
| Аренда помещений, тыс. руб. | 5870 | 6051,4 | 6303,6 | 252,2 | 27,6 |
| Затаривание и упаковка, тыс. руб. | 4242,1 | 4285 | 4372,4 | 87,4 | 19,2 |
| Реклама, тыс. руб. | 2463 | 2530,5 | 2692 | 161,5 | 11,8 |
| Доставка до станции, тыс. руб. | 4480 | 4617,2 | 4760 | 142,8 | 21 |

| | | | | | |
|-----------------------------|--------|--------|-------|-------|------|
| Погрузо-разгрузочные работы | 2808,9 | 3925,9 | 4667 | 741,1 | 20,4 |
| Всего, тыс. руб. | 19864 | 21410 | 22795 | 1385 | 100 |

По таблице можно судить о том, что данная статья расходов ощутима.

Представим данные в виде диаграммы (Рисунок 2.6).

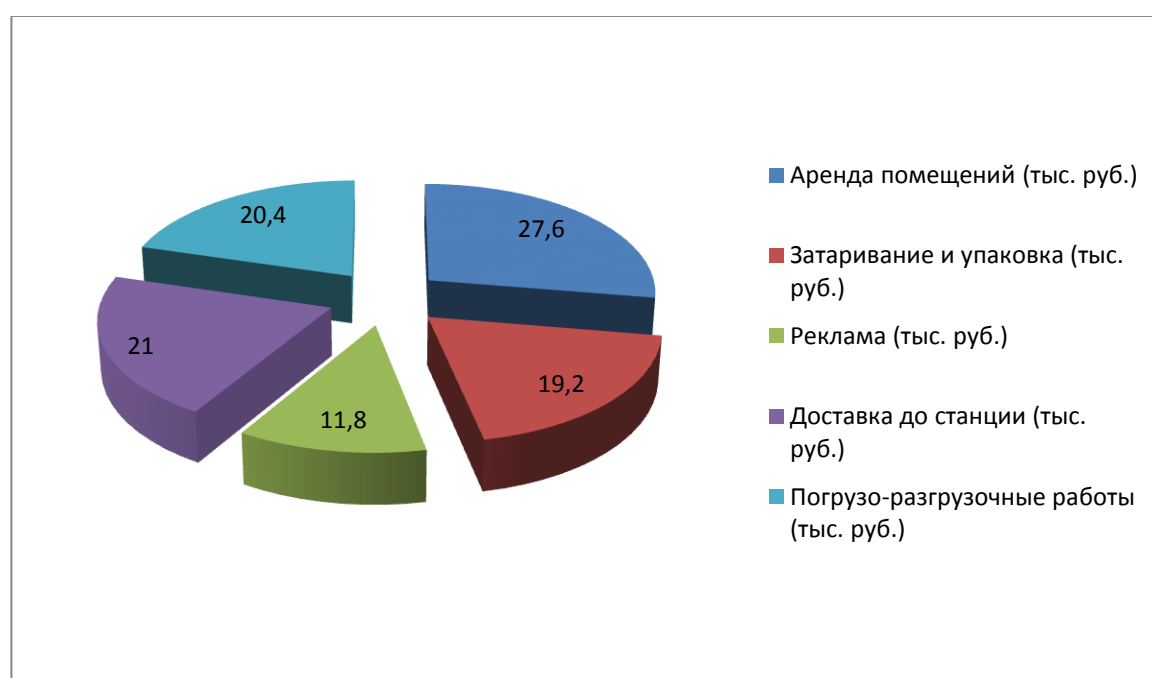


Рисунок 2.6 – Структура коммерческих затрат в 2018 году.

В последний год происходит снижение величины прибыли от сбытовой деятельности на 4180 тыс. руб. или 33,18%. Однако, если сравнивать 2018 и 2016 годы, то мы видим экспоненциальный рост исследуемого показателя, величина которого в процентном отношении составила 488,73%.

Данная тенденция имеет свои плюсы и минусы: с одной стороны – за последние 3 года прибыль от продаж выросла и достигла новой границы, равной 8 416 тыс. руб., с другой стороны – 2018 год был менее успешным для предприятия по сравнению с 2017 годом.

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» обладает достаточно гибкой финансовой политикой, благодаря которой предприятие каждый год в результате предоставления краткосрочных займов получает денежные средства в форме процентов. В начале 2016 года сумма процентов была всего лишь 184 тыс. руб., на следующий год удалось увеличить денежный приток до 200 тыс. руб., а в конце 2019 года величина процентного дохода составила 575 тыс. руб.

Такой рост обусловлен заинтересованностью представительства в систематическом получении финансовых средств.

Величина прочих расходов сократилась в последнем периоде на 1446 тыс. руб. по сравнению с похожим временным промежутком в 2017 году, что оценивается как дополнительное высвобождение денежных ресурсов.

Показатель прибыли до налогообложения увеличился в период с 2016 года по 2017 год на 9368 тыс. руб. или 666,29%, но постепенно начал снижаться и к концу 2018 года упал на 21,89%, составив 8415 тыс. руб.

Чистая прибыль предприятия в последний год уменьшилась на 1592 тыс. руб. или 19,36% по сравнению с предыдущим периодом.

Тенденция по сокращению величины основных исследуемых финансовых показателей в последний год является, безусловно, негативной, позволяет предприятию обнаружить проблемы в ходе операционной и управленческой деятельности и разработать новые подходы для успешного функционирования основных внутренних звеньев.

Динамика финансовых ресурсов предприятия отражена на рисунке 2.7

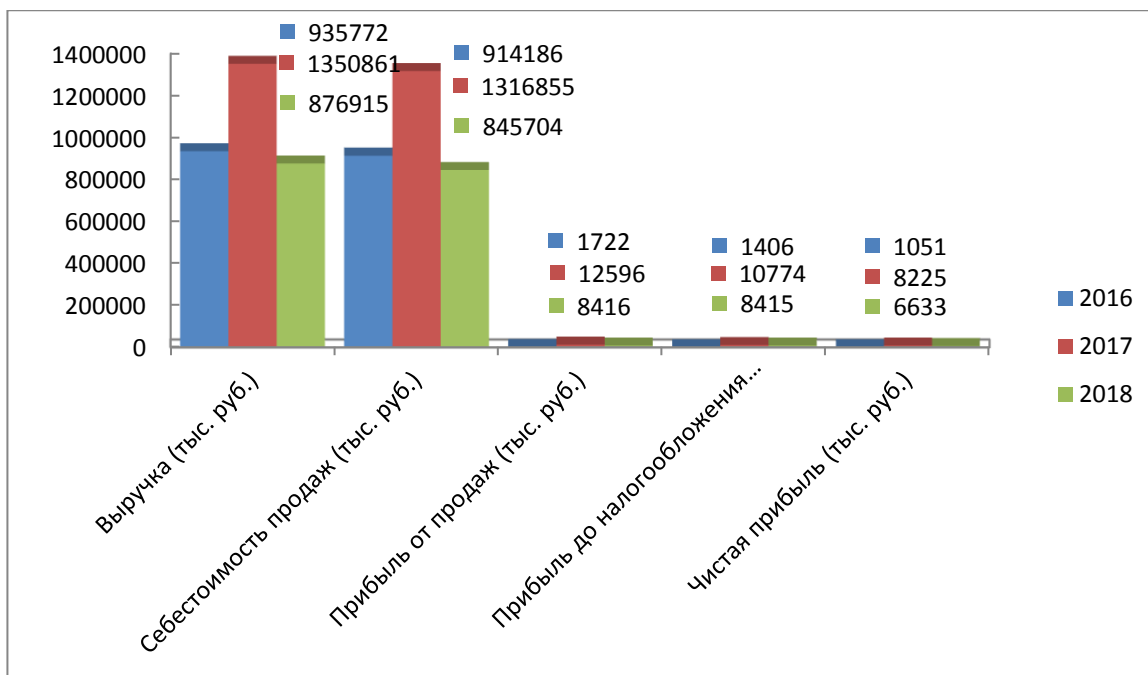


Рисунок 2.7 - Динамика финансовых ресурсов ООО «Представительство Рогачевского молочно консервного комбината» за 2017-2018 г. г.

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» в последний год менее успешно реализует свой потенциал в области сбыта продукции, уменьшился эффект от маркетинговой политики, уровень полученной величины чистого дохода снизился в отчетном периоде в сравнении с предыдущим.

В качестве основных статей, влияющих на изменение прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» следует выделить:

- изменение объёма реализованной продукции;
- изменение себестоимости продукции;
- изменение коммерческих и управленческих расходов.

Для установления прямого влияния приведённых выше статей по отдельности на общую величину показателя прибыли, используем методику факторного анализа, основанную на исследовании бухгалтерской отчетности предприятия, в частности, формы 2 «Отчёт о финансовых результатах».

Таблица 2.2 - Исходные данные для проведения исследования факторов, оказывающих влияние на величину прибыли от реализации молочных продуктов

| № п/п | Наименование показателя | 2017 год | 2018 год | Абсолютное отклонение |
|-------|---------------------------------|----------|----------|-----------------------|
| 1 | Выручка, тыс. руб. | 1350861 | 876915 | -473946 |
| 2 | Себестоимость, тыс. руб. | 1316855 | 845704 | -471151 |
| 3 | Коммерческие расходы, тыс. руб. | 21410 | 22795 | 1385 |
| 4 | Прибыль от продаж, тыс. руб. | 12596 | 8416 | -4180 |

В процессе вычисления произведён процесс округления относительных величин до двух знаков после запятой.

Проведём вычисления уровней основных показателей в 2017 году:

1. Рентабельность продаж:

$$12596 \text{ тыс. руб.} / 1350861 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 0,93\% (7)$$

2. Себестоимость:

$$1316855 \text{ тыс. руб.} / 1350861 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 97,5\% (10)$$

3. Коммерческие расходы:

$$21410 \text{ тыс. руб.} / 1350861 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 1,58\% (12)$$

Расчёт уровня всех показателей за 2018 год:

1. Рентабельность продаж:

$$8416 \text{ тыс. руб.} / 876915 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 0,96\% (8)$$

2. Себестоимость:

$$845704 \text{ тыс. руб.} / 876915 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 96,44\% (9)$$

3. Коммерческие расходы:

$$22795 \text{ тыс. руб.} / 876915 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 2,60\% \text{ (11)}$$

Расчёт влияния факторов:

Чтобы оценить ущерб, нанесённый финансовому состоянию из-за снижения темпов продаж, следует взять отношение разницы выручки отчетного и базисного периодов к 100 процентам и умножить на коэффициент рентабельности продаж базисного года:

$$\begin{aligned} \Delta П_{вр} &= \frac{876915 \text{ тыс. руб.} - 1350861 \text{ тыс. руб.}}{100\%} * 0,93\% \\ &= -4419,07 \text{ тыс. руб. (13)} \end{aligned}$$

Снижение объёма продаж представляет значительную проблему для предприятия, готового и способного наращивать темпы продвижения и реализации собственного товара.

Из расчёта следует, что на основном финансовом результате снижение объёмов продаж отразилось негативно в виде уменьшения показателя прибыли на 4419,07 тыс. руб., что представляет существенную проблему, которая требует определённых действий, направленных на разработку предложений экономистами организации и решение всеми работниками.

Воспользуемся формулой для расчёта влияния изменения себестоимости на величину прибыли от сбытовой деятельности организации:

$$\Delta П_{с/с} = \frac{96,44\% - 97,48\%}{100\%} * 876915 \text{ тыс. руб.} = 9119,9 \text{ тыс. руб. (14)}$$

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за счёт снижения себестоимости продаж сохранило показатель прибыли на достаточно высоком уровне.

Проследим, как сильно повлияло на прибыль увеличение коммерческих расходов, для этого отношение разницы уровней коммерческих расходов отчетного и базисного годов к ста процентам умножим на величину себестоимости в отчетном периоде:

$$\Delta П_{кр} = \frac{1,58\% - 2,6\%}{100\%} * 876915 \text{ тыс. руб.} = -8896,30 \text{ тыс. руб. (15)}$$

Достаточно существенным оказалось данное влияние. Направлены дополнительные средства на коммерческую деятельность, нацеленные на перспективу. Предприятие стремится обеспечить максимальную отдачу от сохранности качества доставки молочных продуктов, потому что это, в свою очередь, ведёт к предотвращению незапланированных потенциальных проблем, связанных с ухудшением свойств товаров в момент отгрузки, доставки и приёма. Соблюдение договорных предписаний является важной чертой в деятельности организации.

Для определения общего влияния всей совокупности факторов на прибыль от реализации товаров необходимо их просуммировать:

$-4419,07 \text{ тыс. руб.} + (-8896,30 \text{ тыс. руб.}) + 9119,9 \text{ тыс. руб.} = -4180 \text{ тыс. руб.}$

Таким образом, результат расчётов совпал с изменением показателя прибыли от продаж в бухгалтерской отчетности.

По средствам проведённого факторного анализа удалось установить, что в 2018 году на прибыли предприятия отрицательно отразилось влияние снижения объёмов продаж и роста коммерческих расходов, которое составляет $-4419,07 \text{ тыс. руб.}$ и $-8896,30 \text{ тыс. руб.}$ соответственно. Положительным моментом явилось уменьшение себестоимости товаров, которое значительно сказалось на величине прибыли, влияние составило $9119,9 \text{ тыс. руб.}$

Таблица 2.3 - Факторный анализ чистой прибыли ООО

«Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината, 2018 год.

| Фактор | Сумма, тыс. руб. | Итог, % |
|--------------------------------------|------------------|---------|
| Изменение чистой прибыли | -1592 | 100 |
| В том числе за счёт факторов: | | |
| Изменение прибыли до налогообложения | -2359 | 148,17 |

| | | |
|--|-------|-------|
| Изменение величины текущего налога на прибыль | -767 | 48,18 |
| Изменение постоянных налоговых обязательств | - | - |
| Итого влияние факторов изменения налогов | 763 | 48,17 |
| Общее влияние факторов на изменение чистой прибыли | -1592 | 100 |

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» в целом обладает достаточными резервами роста основных финансовых показателей, в первую очередь, к таким следует отнести увеличение числа сделок, которое приведёт к росту денежных поступлений, также большое внимание стоит уделить снижению коммерческих расходов и себестоимости молочной продукции.

Предприятие следит за малейшими колебаниями рынка и старается реагировать на них незамедлительно в виде повышения стоимости своей продукции.

Подводя итог проведённому анализу, следует заключить, что наиболее проблемным местом в деятельности дистрибьютора предстаёт процесс реализации плана продаж, на который повлияла не слабоэффективная работа членов организации, а внешний фактор – снижение общего числа заказов.

В этой связи предприятие должно принять все необходимые меры, коих множество, например, поработать над маркетинговой стратегией. Являясь представительством крупной и весьма известной организации, выпускающей высококачественную продукцию с высочайшим спросом на собственном рынке, у ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного

комбината» есть вариант заинтересовать молочной продукцией местные, российские субъекты рынка.

Ещё одна возможность заключается в создании программ скидок для постоянных заказчиков, что позволит предприятию стабильно поставлять продукцию. Не стоит отказываться от политики «предоставления краткосрочных займов», поскольку она помогает не только занять организации дополнительные притоки денежных средств, но и помогает развиваться малым и средним магазинам, не способным одновременно в полном объёме расплачиваться по своим обязательствам.

2.3 Исследование рентабельности ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»

Расчёт рентабельности занимает центральное место в процессе исследования финансового состояния организации, поскольку позволяет выяснить общую эффективность работы, как всего предприятия - системы, так и отдельных структур – элементов системы.

Выражается данный показатель в виде коэффициентов или процентов, что говорит о его относительности. С его помощью возможно оценить эффект от вложения единицы денежных средств в основную деятельность.

При изменении показателя в пользу роста не всегда следует расценивать это, как положительный эффект, потому что параллельно в действительности основные значения показателей могут быть уменьшены.

Сумма прибыли при расчётах сравнивается с каким-нибудь другим показателем, который находит отражение в условиях хозяйствования.

В исследовании рассматриваются показатели рентабельности продаж, затрат и активов, по которым можно сделать общее заключение:

- в какой пропорции возрастает прибыль при изменении выручки в положительном направлении;
- насколько оправданы вложенные средства в первичную деятельность организации;

- как дистрибьютор использует имеющиеся в собственном распоряжении активы.

Таблица 2.4 - Расчёт показателей рентабельности

| Наименование показателя | 2016 г., тыс. руб. | 2017 г., тыс. руб. | 2018 г., тыс. руб. | Абсолютное, отклонение +,- | | Относительное отклонение (темпы прироста), % | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|-------------------|--|-------------------|
| | | | | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2016 г. |
| 1. Выручка от продаж | 935772 | 1350861 | 876915 | 415089 | - 473946 | 44,36 | -35 |
| 2. Валовая прибыль | 21586 | 34006 | 31211 | 12420 | -2795 | 57,5 | -8,2 |
| 3. Прибыль от продаж | 1722 | 12596 | 8416 | 10874 | -4180 | 631,5 | -33,2 |
| 4. Чистая прибыль | 1051 | 8225 | 6633 | 7174 | -1592 | 682,6 | -19,4 |
| 5. Величина собственного капитала | 21013 | 27238 | 25870 | 6225 | -1368 | 29,6 | -5 |
| 6. Величина активов | 148083 | 113384 | 40026 | -34699 | -73358 | -23,4 | -64,7 |
| 7. Величина оборотных активов | 148083 | 113384 | 40026 | -34699 | -73358 | -23,4 | -64,7 |
| 8. Прибыль до налогообложения | 1405 | 10774 | 8415 | 9369 | -2359 | 666,8 | -22 |
| 9. Общая себестоимость продаж | 914186 | 1316855 | 845704 | 402669 | - 471151 | 44 | -35,8 |
| 10. Рентабельность затрат по обычным видам деятельности | | | | | | | |
| 10.1. По прибыли до налогообложения (8/9*100) | 0,15 | 0,81 | 0,99 | 0,66 | 0,18 | 440 | 22,2 |
| 10.2. По чистой прибыли (4/9*100) | 0,11 | 0,60 | 0,78 | 0,49 | 0,18 | 500 | 30 |
| 11. Рентабельность продаж | | | | | | | |

Продолжение таблицы 2.4

| | | | | | | | |
|--|--------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 11.1. По прибыли до налогообложения (ЕВИТ) (8/1*100) | 0,15 | 0,79 | 0,96 | 0,64 | 0,17 | 426,7 | 21,5 |
| 11.2. По чистой прибыли (4/1*100) | 0,11 | 0,60 | 0,76 | 0,49 | 0,16 | 500 | 26,7 |
| 12 Рентабельность активов | | | | | | | |
| 12.1. Средняя стоимость активов | 148083 | 113384 | 40026 | -34699 | -73358 | -23,4 | -64,7 |
| 12.2. По прибыли до налогообложения (8/12.1*100) | 0,95 | 9,5 | 21 | 8,05 | 11,5 | 900 | 121 |
| 12.3. По чистой прибыли (4/12.1*100) | 0,7 | 7,25 | 16,57 | 7,18 | 9,32 | 935,7 | 128,5 |

На основании данных бухгалтерской отчетности, в частности формы 2 «Отчёт о финансовых результатах», в таблице 2.4 проведён расчёт и рассмотрена динамика показателей рентабельности ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за 2016-2018 г. г.

Из таблицы видно, что величина большинства показателей рентабельности на протяжении исследуемого периода была положительной, что свидетельствует о получении ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» в процессе основной деятельности прибыли, достаточной, чтобы не быть в убытке.

В независимости от того, что основные показатели финансовых значений снизились в 2018 году, у предприятия имеется мощная база, позволяющая быстро выполнять любые возникшие задачи. Высококвалифицированная группа специалистов оценивает возможные варианты повышения уровня и качества продаж.

Общее количество реализованных товаров снизилось, отчего повысилась нагрузка, направленная на получение максимально возможного эффекта от

основной деятельности, что может сказаться на качестве осуществляемых процессов входе хозяйствования.

Возросла рентабельность продаж по чистой прибыли на 0,17%, что показывает увеличившуюся отдачу от сбыта молочных товаров, а также рентабельность активов на 11,5 %, отражает повышенный интерес представительства к использованию всего имеющегося в распоряжении имущества.

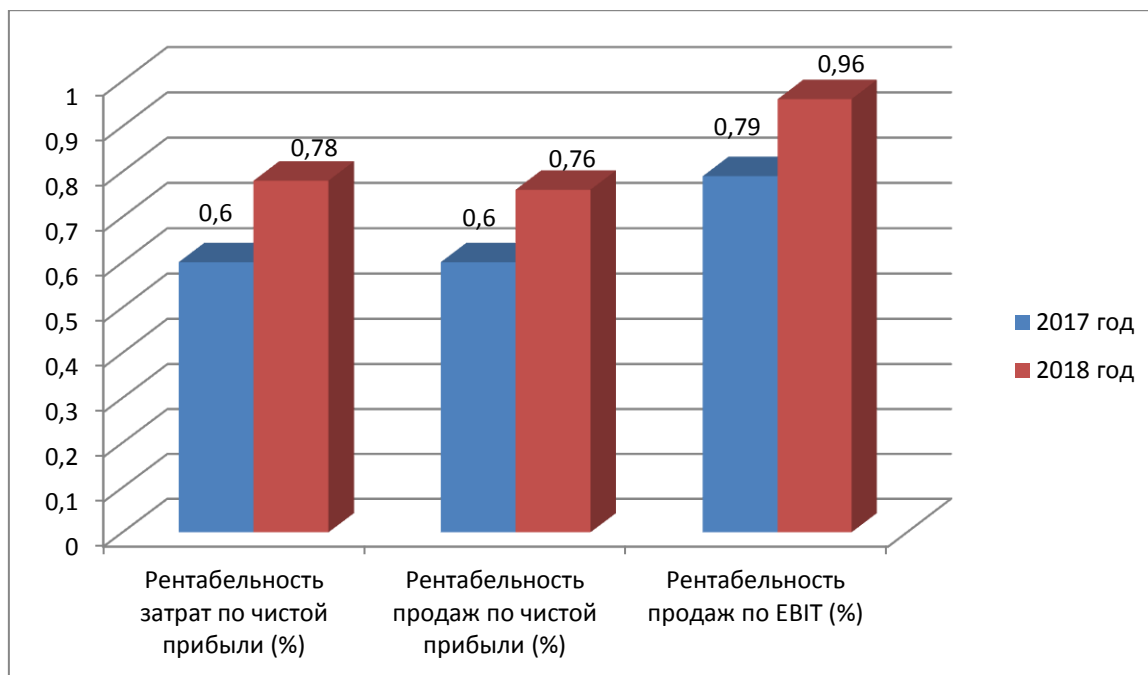


Рисунок 2.8 - Динамика показателей рентабельности продаж ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» за 2017-2018 г. г.

На рисунке 2.8 показано изменение рентабельности во времени. Рентабельность продаж по чистой прибыли за последний год возросла, прирост составил 26,7%, но объём продаж в то же время снизился. Отсюда следует, что рост рентабельности продаж обусловлен ростом цен на продукцию предприятия и расширением ассортимента товаров.

Появились новые виды молочной продукции, цены на которые варьируются от средних рыночных значений до величины максимально возможных, если сравнивать с аналогами [39].

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» снабжает рынок высококачественной молочной продукцией, которая подвергается необходимой термической обработке, транспортировка проходит в специализированных фурах, которые обеспечены системами охлаждения – рефрижераторами.

Рентабельность продаж по ЕВІТ увеличилась за последний год, прирост равен 21,5%, что характеризует положительную отдачу от принятых предприятием мер в условиях снижения количества заказов, а именно:

- дополнительно направлены средства в виде коммерческих расходов на улучшение процесса доставки продуктов, с целью повышения их сохранности. Величина расходов на коммерческую деятельность составила 22795 тыс. руб., что на 1385 тыс. руб. больше, по сравнению с прошлым периодом;

- снижены прочие издержки на 1446 тыс. руб., что показывает желание ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» экономить на деятельности, не связанной напрямую с поставкой товаров.

- в 2018 году внутри предприятия произошла оптимизация собственных налоговых отчислений, благодаря которой снизилась величина текущего налога на прибыль на 767 тыс. руб.

Так как организация является дистрибьютором, то успешность её деятельности оценивается с точки зрения своевременности, качества и стабильности выполнения договорённостей по поставке условленного количества молочной продукции сетевым магазинам. В этой области в 2018 году, как и двумя годами ранее, ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» весьма преуспело, что характеризует организацию, как надёжного поставщика.

Подводя итог 2 разделу, стоит выделить следующие тенденции в области изменения значений финансовых показателей:

- наиболее проблемным моментом для исследуемой организации является снижение всех показателей прибыли за последний год: величина прибыли от продаж имела тенденцию снижения по сравнению с прошлым годом и

уменьшилась на 4180 тыс. руб. или 33,18%. , что является следствием падения темпов сбыта, так продажи снизились в отчетном периоде на 11683113 единиц товара.

Тоже касается и основного финансового результата – чистой прибыли, размер которой уменьшился в отчетном периоде на 1592 тыс. руб., изменение составило: -19.36%.

- отмечено положительное влияние проведения гибкой финансовой политики;

- в отчетном периоде предприятие сумело сохранить положительную динамику показателей рентабельности, характеризующих наличие существенного эффекта от вложенных средств и ресурсов в основную деятельность.

Экономический анализ состояния дистрибьютора показал его способность к противостоянию возникающим рыночным невзгодам, к стремлению побороть конкурентов и завоевать новую клиентскую базу. Умелое распределение прибыли позволило сохранить высокие показатели рентабельности, а это значит, что имеет место быть наличие сильной команды профессионалов, эффективно справляющейся с поставленными задачами.

Всего за один год предприятие сумело снизить свои долги перед банком, о чём свидетельствует резкий спад кредиторской задолженности на 71990000 руб., что облегчает нагрузку на организацию из вне.

Особенностью себестоимости является отражение информации о средствах, затраченных на приобретение готовой продукции, которая будет перепродана с наценкой. Поэтому мы видим практически пропорциональное снижение выручки и себестоимости.

Своевременная проверка остатков продукции позволяет избежать затаривания неликвидного товара, который способен принести убыток, в этом отношении, дистрибьютор проводит тщательную сверку сроков эксплуатации продукта, имеющего ограниченные сроки хранения. При достижении окончания сроков годности, на товар делается скидка.

Негативная тенденция изменения показателей прибыли в сторону снижения является стимулом для выравнивания ситуации и принятия активных мер.

В следующей главе разработаны конкретные предложения по увеличению прибыли, воспользовавшись которыми ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» сумеет улучшить финансовые показатели. Проводится прогнозирование прибыли на предстоящий период.

3 Мероприятия по увеличению прибыли и эффективности её использования

3.1 Рекомендации по увеличению прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината»

Процесс расчёта величины экономической прибыли в упрощённой форме можно представить, как разность между значением валового дохода и величиной валовых издержек. Отсюда следует, что на величину исследуемого показателя ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» в состоянии воздействовать по средствам оказания влияния на две его составляющие: на объём притока денежных средств и на расходы, связанные с его получением.

Учитывая специфику работы предприятия, которая заключается в перепродаже готовой продукции, а также принимая во внимание проведённый во 2 главе факторный анализ прибыли, в выпускной квалификационной работе предлагаются следующие пути повышения прибыли:

- замена аренды двух складов на аренду одного более дешёвого помещения с похожей площадью [40];
- сокращение начальника терминала и руководителя сектора.

Сокращение затрат - один из наиболее часто встречающихся способов увеличения прибыли, его эффективность проявляется в случае отсутствия наносимого ущерба качеству процессов, связанных напрямую с основной деятельностью предприятия.

Вместо действующей аренды двух складских помещений, расположенных в «Янино-1» и в промышленной зоне «Парнас», рассматривается вариант арендовать один терминал в Логопарке «Троицкий».

Логопарк «Троицкий» находится на проспекте Обуховской обороны, дом 295, в 20 метрах от съезда с окружного скоростного диаметра, представляет собой высокотехнологичный логистический узел с полным набором функциональных услуг (охрана, видеонаблюдение, система пожаротушения).

Близость нахождения склада со станцией метро «Обухово» позволяет беспрепятственно и своевременно добираться сотрудникам до рабочего места.

Информация по аренде складов представлена в таблице 3.1.

Таблица 3.1 Расчёт стоимости аренды складских помещений

| Наименование склада | Площадь склада, м ² | Арендная плата м ² за месяц, тыс. руб | Арендная плата за месяц, руб. | Арендная плата за год, руб. |
|----------------------|--------------------------------|--|-------------------------------|-----------------------------|
| «Янино-1» | 510 | 500 | 255000 | 3060000 |
| «Парнас» | 530 | 510 | 270300 | 3243600 |
| «Янино-1» и «Парнас» | | | 525300 | 6303600 |
| «Троицкий» | 1000 | 500 | 500000 | 6000000 |

Изменение арендной платы ΔA составит:

$$\Delta A = A_d - A_p,$$

где A_d – действующая стоимость аренды;

A_p – арендная стоимость выбранного помещения.

$$\Delta A = 6303600 - 6000000 = 303600 \text{ руб.}$$

Наблюдается высвобождение денежных средств, величина которых оценена в 303,6 тыс. руб.

Как следствие, претерпит изменение общая величина коммерческих затрат (КРпл):

$$КРпл = КР_6 - \Delta A,$$

где $КР_6$ – коммерческие затраты базисного периода (за базисный принят 2018 год).

$$КРпл = 22795 \text{ тыс. руб.} - 303,6 \text{ тыс. руб.} = 22491,4 \text{ тыс. руб.}$$

В процентном выражении уменьшение показателя составит 1,3%.

Расчёт прибыли вследствие проведения предложенного мероприятия:

$$Ппр = Ппр_6 + (КР_6 - КРпл),$$

где $Ппр_6$ – прибыль от продаж в базисном периоде;

$Пвал_6$ – величина валовой прибыли в базисном году.

$Ппр = 8416 + (22795 - 22491,4) = 8416 + 303,6 = 8719,6$ тыс. руб.

Прирост прибыли составит:

$$\Delta Ппр = \frac{Ппр}{Ппр_6} * 100 - 100 = 3,6 \%$$

После проведения данного мероприятия и перевода всех работников на новый склад, возникает необходимость в оптимизации трудовых ресурсов.

Необходимость в должностях: начальник терминала и руководитель сектора, - отпадает. Остальные сотрудники продолжают работу в новом терминале.

Согласно учетной политике организации все затраты на заработную плату включены в общую себестоимость.

В работе предлагается сократить 2 штатные единицы сотрудников, что приведёт к снижению величины себестоимости и соответствующему росту прибыли.

Таблица 3.2 - Расчёт снижения величины себестоимости в результате предлагаемой процедуры сокращения штата

| Наименование показателя | Сумма |
|---|------------------------|
| Зарботная плата начальника терминала за месяц, руб. | 28000 |
| Зарботная плата руководителя сектора за месяц, руб. | 24500 |
| Общая зарплата двух сотрудников за месяц, руб. | 52500 |
| Расходы на заработную плату за год, руб. | $52500 * 12 = 630000$ |
| Обязательные страховые взносы за месяц, руб. | $52500 * 30\% = 15750$ |

| | |
|--|----------------------------------|
| Обязательные страховые взносы за год, руб. | $15750 * 12 = 189000$ |
| Итого, руб. | $630000 + 189000 = 819000$ |
| Себестоимость, руб. | $845704000 - 819000 = 844885000$ |

На основании вычислений, проведённых в таблице 3.2, отметим сокращение расходов по статье «заработная плата», оцененное в 819 тыс. руб.

Рассчитаем изменение валовой прибыли:

$$\Delta \text{Пвал} = \text{Пвал}_n - \text{Пвал}_б,$$

где

Пвал_n – размер валовой прибыли после проведения предложенного мероприятия.

$$\text{Пвал}_n = \text{Выр}_б - \text{Сп},$$

где

$\text{Выр}_б$ – размер выручки в базисном году;

Сп – величина себестоимости с учетом проводимого мероприятия.

$$\text{Пвал}_n = 876915000 - 844885000 = 32030000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{Пвал} = 32030000 - 31211000 = 819000 \text{ руб.}$$

Величина прибыли от продаж в результате составит:

$$\text{Ппр} = 32030 - 22795 = 9235 \text{ тыс. руб.}$$

После проведения операции сокращения двух трудовых единиц, установлено, что в прогнозируемом периоде произойдёт рост прибыли от продаж на 9235 тыс. руб.

Темп прирост прибыли составит:

$$\Delta \text{Ппр} = 9235 / 8415 * 100 - 100 = 9,7\%$$

Другой способ снижения себестоимости, например, закупка более дешёвых товаров у других компаний для перепродажи, не подходит, так как ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» занимается продажами только молочной продукции, выпущенной ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат».

3.2 Прогнозирование прибыли на 2019 год с учётом проведения предложенных мероприятий по повышению прибыли

В ходе исследования основных способов роста прибыли с учетом особенностей деятельности организации, установлено, что:

- повышение уровня продаж зависит от множества внешних факторов (конкуренция, спрос и т.п.), на которые предприятие может повлиять лишь косвенно;

- в качестве мероприятий по увеличению прибыли в выпускной квалификационной работе предложены 2 пути: аренда одного складского помещения и сокращение 2 трудовых единиц сотрудников.

Проведём анализ общего влияния двух обозначенных предложений на значения финансовых показателей (таблица 3.3):

Таблица 3.3 - Расчёт основных финансовых показателей с учетом проводимых мероприятий

| Наименование показателя | 2018 г. | Прогнозируемый период |
|---------------------------------|---------|-----------------------|
| Выручка, тыс. руб. | 876915 | 876915 |
| Себестоимость продаж, тыс. руб. | 845704 | 844885 |
| Валовая прибыль, тыс. руб. | 31211 | 32030 |
| Коммерческие расходы, тыс. руб. | 22795 | 22491,4 |
| Прибыль от продаж | 8416 | 9538,6 |
| Прибыль до налогообложения | 8415 | 9537,6 |
| Чистая прибыль | 6633 | 7755,6 |

Влияние двух предложенных мероприятий на объём прибыли от продаж составит:

$$9538,6 / 8416 * 100 - 100 = 13,3 \%$$

В целом, вместе с прибылью от продаж возрастут величины прибыли до налогообложения и чистой прибыли, что показывает наличие положительного экономического эффекта от проведённых мероприятий по развитию ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» (рисунок 3.2).

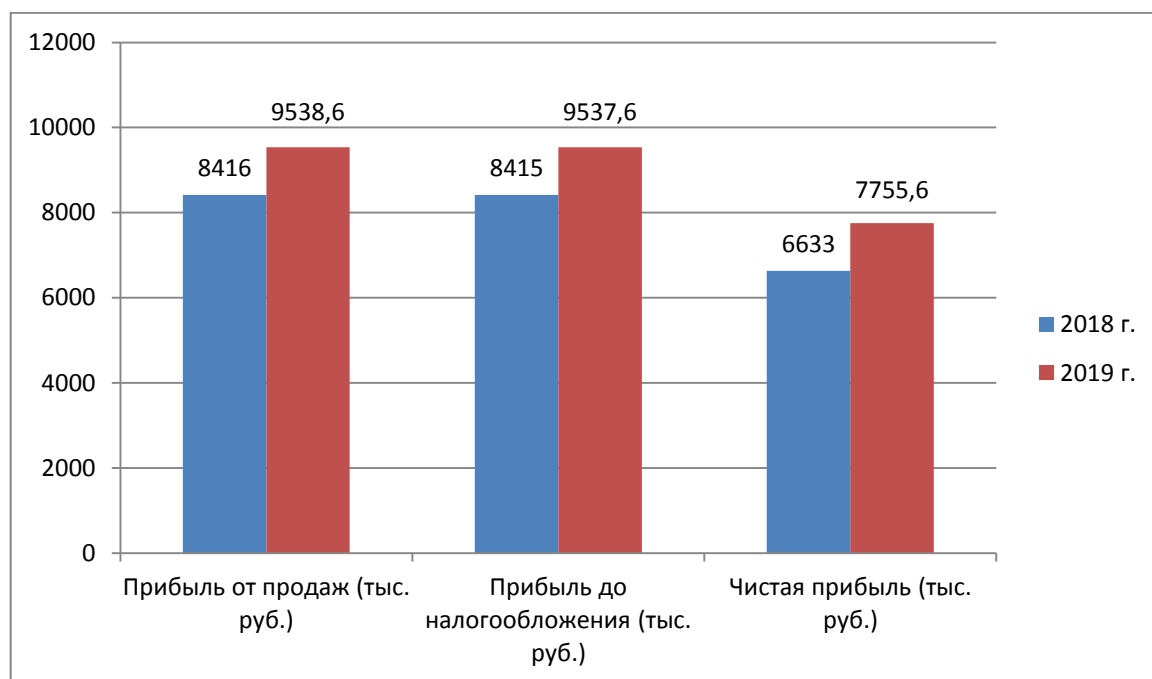


Рисунок 3.2 - Финансовые показатели ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» в текущем и будущем периодах

Рентабельность прибыли составит:

$$9538,6 / 876915 * 100\% = 1,08 \%$$

Рост показателя:

$$1,08 \% - 0,96 \% = 0,12\%.$$

Разница между получаемой прибылью с единицы выручки в предстоящем периоде возрастёт по сравнению с предыдущим.

В условиях невозможности напрямую повлиять на объёмы сбыта, современные организации стремятся получить максимальную пользу от совершаемых сделок, не зависимо от их количества. Способы, как этого достичь, разные, но идея общая – уменьшить трату средств на создание продукта и прочую деятельность и максимизировать доходную составляющую

от поставок. ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» имеет необходимые ресурсы для восстановления прежней динамики роста прибыли.

Заключение

В процессе теоретического исследования, проведённого в выпускной квалификационной работе, установлено, что анализ прибыли занимает ключевое положение в управленческой деятельности хозяйствующих субъектов рынка. Выход на запланированный уровень прибыли организацией и его увеличение отражают основную цель ведения хозяйственной деятельности. Знания, напрямую относящиеся к процессу управления прибылью, позволяют аналитикам принимать обдуманные решения для развития всех функциональных звеньев предприятия, экономить денежные средства, проводить результативную инвестиционную политику, стимулировать операционную деятельность.

ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» - дистрибьютор, занятый в сфере оптовой торговли молочными товарами, представляет из себя единицу малого бизнеса. Основными заказчиками продукции выступают розничные сетевые магазины: «Пятерочка», «Магнит», «Лента», «Оби», «Перекресток».

В 2018 году у организации возникли сложности с достижением намеченного уровня продаж, это связано с рядом непредвиденных обстоятельств внешнего и внутреннего характера: остановилась разработка и выпуск новых по свойствам продуктов питания, сказывается острая конкурентная борьба на спросе – аналогичные товары конкурирующих дистрибьюторов заполняют молочный рынок.

Из-за этого значения основных финансовых показателей в отчетном периоде снизились, что вызывает беспокойство.

В ближайшей перспективе ожидается увеличение основных статей расходов: на транспортировку и доставку груза, на упаковку и хранение. В этой связи, ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» должно незамедлительно отреагировать на эти вызовы, приняв

необходимые меры по выявлению резервов для сокращения затрат, иначе существует угроза уменьшения притока прибыли.

По результатам выпускной квалификационной работы выполнены поставленные задачи:

1. Изучены особенности осуществления анализа прибыли на предприятии.

2. Отражено экономико-финансовое состояние ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината».

3. В результате применения методики факторного анализа определены внутренние факторы, влияющие на изменение величины прибыли организации.

4. В качестве основных мероприятий по увеличению прибыли ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» рассмотрены: аренда нового помещения для ведения основной деятельности и сокращение двух штатных сотрудников.

5. Отражено изменение прибыли в 2019 году после проведения организацией предложенных вариантов по росту финансовых показателей.

По итогам проведённого исследования предлагается рассмотреть новый вариант аренды, который обойдётся дешевле и поспособствует высвобождению дополнительных денежных ресурсов. На новых условиях величина расчётов с арендодателем за год составит 6 млн. руб., что на 303600 рублей выгоднее. Таким образом, годовое приращение прибыли составит 3,6 %.

Вследствие принятого решения, будут сокращены два сотрудника без ущерба работы подразделений, что также положительно скажется на финансовом результате, в процентном выражении прибыль возрастет на 9,7%.

Сократив затраты, предприятие ежегодно будет получать дополнительный объём прибыли в 1122600 рублей, значит, основная цель достигнута.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) [Электронный ресурс].
URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/7c4708725428ed95b10006673a17b9114288668c/ (дата обращения: 01.03.2019).
2. Приказ Минфина России от 19.11.2002 N 114н (ред. от 06.04.2015) [Электронный ресурс]
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40313/ (дата обращения 15.03.2019).
3. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 08.04.2019) [Электронный ресурс].
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/ (дата обращения 17.03.2019).
4. Федеральный закон от 03.08.2018 N 303-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс].
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304084/ (дата обращения 16.04.2018).
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117 – ФЗ (ред. от 05.04.2016) [Электронный ресурс].
URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/00e851cdb46302bс5205a07913f1d7c132592275/ (дата обращения: 01.03.2019).
6. Абдукаримов И. Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учеб. пособие / И. Т. Абдукаримов, М. В. Беспалов. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 214 с.
7. Антохонова И. В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов: учеб. пособие / И. В. Антохонова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 213 с.
8. Агеева О. А. Бухгалтерский учет и анализ. В 2 ч. Часть 2: учебник / О. А. Агеева, Л. С. Шахматова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 240 с.

9. Бородай В. А. Экономика предприятия (организации): учеб. пособие / В. А. Бородай, Е. В. Галенко, Л. В. Дегтева и др. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – 499 с.
10. Барышникова Н. А. Экономика предприятия: учеб. пособие / Н. А. Барышникова, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 191 с.
11. Боброва О. С. Настольная книга предпринимателя: практ. пособие / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 330 с.
12. Войтов А. Г. Экономическая теория: учебник / А. Г. Войтов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 392 с.
13. Днепров М. Ю. Основы экономической теории: учебник / М. Ю. Днепров, О. В. Михайлюк В. А. Николаев. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 216 с.
14. Дорман В. Н. Коммерческие организации: доходы и расходы, финансовый результат: учеб. пособие / В. Н. Дорман; под научн. ред. Н. Р. Кельчевской. – М.: Издательство Юрайт, 2019; Екатеринбург: Издательство Урал. ун-та. – 108 с.
15. Захаров И. В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник / И. В. Захаров, О. Н. Калачева; под редакцией И. М. Дмитриевой. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 358 с.
16. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия): учебник / В. В. Коршунов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 313 с.
17. Кузьмина Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина; под общей редакцией Е. Е. Кузьминой. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 250 с.
18. Краснова Л. Н. Экономика предприятий: учеб. пособие / Л. Н. Краснова, М. Ю. Гинзбург, Р. Р. Садыкова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 374 с.
19. Казакова Н. А. Финансовый анализ: учебник и практикум / Н. А. Казакова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 470 с.

20. Магомедов А. М. Экономика организаций торговли: учебник / А. М. Магомедов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 323 с.
21. Маховикова Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 231 с.
22. Милкова О. И. Экономика и организация предприятия: учебник и практикум / О. И. Милкова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 473 с.
23. Никифорова Н. А. Управленческий анализ: учебник / Н. А. Никифорова, В. Н. Тафинцева. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 413 с.
24. Отварухина Н. С. Современный стратегический анализ: учебник и практикум / Н.С. Отварухина, В. Р. Веснин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 427 с.
25. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник для бакалавров / Л.В. Прыкина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 256 с.
26. Розанова, Н. М. Микроэкономика. Руководство для будущих специалистов. В 2 т. Т. 2: учебник / Н. М. Розанова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 414 с.
27. Сулова Ю. Ю. Экономика предприятия: организационно-практические аспекты: учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова, И. В. Петрученя, Е. В. Белоногова. – Красноярск: Сиб. Федер. ун-т, 2016. – 156 с.
28. Сергеев А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум / А. А. Сергеев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 475 с.
29. Савицкая Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 608 с.
30. Третьякова Е. А. Управленческая экономика: учебник и практикум / Е. А. Третьякова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 329 с.
31. Теплова Т. В. Корпоративные финансы. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум / Т. В. Теплова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 390 с.

32. Толпегина О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. В 2ч. Часть 1: учебник и практикум / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: –Издательство Юрайт, 2019. – 364 с.
33. Чалдаева Л. А. Экономика предприятия: учебник и практикум / Л. А. Чалдаева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 435 с.
34. Чернышева Ю. Г. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Ю. Г. Чернышева. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 421 с.
35. Шадрина Г. В. Управленческий и финансовый анализ: учебник и практикум / Г. В. Шадрина. - М.: Издательство Юрайт, 2019. – 316 с.
36. Понятие рентабельности предприятия [Электронный ресурс].
URL: <https://moluch.ru/archive/133/37276/> (дата обращения 14.03.2019).
37. CVP-анализ: расчет маржинального дохода и точки безубыточности [Электронный ресурс].
URL: <http://www.elitarium.ru/cvp-analiz-dohod-tochka-bezubytochnosti-zatraty-sena-vyruchka-pribyl-proizvodstvo-prodazhi-strategiya-predpriyatie/> (дата обращения 7.03.2019).
38. Продукция поставщика ООО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» [Электронный ресурс].
URL: <https://www.rmkk.by/en/produktsiya> (дата обращения 20.03.2019).
39. Официальный сайт ООО «Представительство Рогачевского молочно-консервного комбината» [Электронный ресурс].
URL: <http://rmkk.spb.ru/> (дата обращения 20.03.2019).
40. Склад Логопарк «Троицкий» [Электронный ресурс].
URL: <https://brightrich.ru/realestate/warehouses/lease/> (дата обращения 29.03.2019).

Приложения

Продолжение приложения А

Горизонтальный анализ активов бухгалтерского баланса (в тыс. руб.) за 2016-2018 годы

| | | | | Горизонтальный анализ | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|
| | | | | 2017 г. | | 2018 г. | |
| Наименование показателя | На 31.12.2016 г. | На 31.12.2017 г. | На 31.12.2018 г. | Абсолютное изменение | Относительное изменение, % | Абсолютное изменение | Относительное изменение, % |
| АКТИВ | | | | | | | |
| 1. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | | | | | |
| Нематериальные активы | - | - | - | - | - | - | - |
| Результаты исследований и разработок | - | - | - | - | - | - | - |
| Основные средства | - | - | - | - | - | - | - |
| Итого по разделу I | - | - | - | - | - | - | - |
| 2. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | | | | | |
| Запасы | 6784 | 6865 | 2082 | 81 | 1,19 | -4783 | -69,67 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретённым ценностям | 12640 | 9634 | 1975 | -3006 | -23,78 | -7659 | -79,49 |

Окончание приложения А

| | | | | | | | |
|--|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| Дебиторская задолженность | 111010 | 76726 | 8649 | -34284 | -30,88 | -68077 | -88,72 |
| Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 14572 | 14572 | 14572 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 3042 | 5393 | 12617 | 2351 | 77,28 | 7224 | 133,95 |
| Прочие оборотные активы | 35 | 194 | 130 | 159 | 454,28 | -64 | -32,98 |
| Итого по разделу II | 148083 | 113384 | 40026 | -34699 | -23,43 | -73358 | -64,69 |
| БАЛАНС | 148083 | 113384 | 40026 | -34699 | -23,43 | -73358 | -64,69 |

Продолжение приложения Б

Горизонтальный анализ пассивов бухгалтерского баланса (в тыс. руб.) за 2016-2018 годы

| | | | | Горизонтальный анализ | | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|
| | | | | 2017 г. | | 2018 г. | |
| Наименование показателя | На 31.12.2016 г. | На 31.12.2017 г. | На 31.12.2018 г. | Абсолютное изменение | Относительное изменение, % | Абсолютное изменение | Относительное изменение, % |
| ПАССИВ | | | | | | | |
| 3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | | | | | | | |
| Уставный капитал | 10 | 10 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Добавочный капитал | - | - | - | - | - | - | - |
| Резервный капитал | - | - | - | - | - | - | - |
| Нераспределенная прибыль | 21003 | 27228 | 25860 | 6225 | 29,64 | -1368 | -5,02 |
| Итого по разделу III | 21013 | 27238 | 25870 | 6225 | 29,64 | -1368 | -5,02 |
| 4. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | | | | | |
| Заемные средства | - | - | - | - | - | - | - |
| Отложенные налоговые обязательства | - | - | - | - | - | - | - |
| Оценочные обязательства | - | - | - | - | - | - | - |
| Прочие обязательства | - | - | - | - | - | - | - |

Окончание приложения Б

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| Итого по разделу IV | - | - | - | - | - | - | - |
| 5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | | | | | |
| Заемные средства | - | - | - | - | - | - | - |
| Кредиторская задолженность | 127069 | 86146 | 14156 | -40923 | -32,20 | -71990 | -83,56 |
| Доходы будущих периодов | - | - | - | - | - | - | - |
| Оценочные обязательства | - | - | - | - | - | - | - |
| Прочие обязательства | - | - | - | - | - | - | - |
| Итого по разделу V | 127069 | 86146 | 14156 | -40923 | -32,20 | -71990 | -83,56 |
| БАЛАНС | 148083 | 113384 | 40026 | -34699 | -23,43 | -73358 | -64,69 |

Продолжение приложения В

Вертикальный анализ активов бухгалтерского баланса (в тыс. руб.) за 2016-2018 годы

| | | | | Вертикальный анализ | | |
|---|------------------|------------------|------------------|---------------------|------------------|-----------------|
| | | | | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. |
| Наименование показателя | На 31.12.2016 г. | На 31.12.2017 г. | На 31.12.2018 г. | Удельный вес, % | Удельный вес, %. | Удельный вес, % |
| АКТИВ | | | | | | |
| 1. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | | | | |
| Нематериальные активы | - | - | - | - | - | - |
| Результаты исследований и разработок | - | - | - | - | - | - |
| Основные средства | - | - | - | - | - | - |
| Итого по разделу I | - | - | - | - | - | - |
| 2. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | | | | |
| Запасы | 6784 | 6865 | 2082 | 4,58 | 6,05 | 5,20 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретённым ценностям | 12640 | 9634 | 1975 | 8,54 | 8,49 | 4,93 |
| Дебиторская задолженность | 111010 | 76726 | 8649 | 74,96 | 67,67 | 21,61 |

| | | | | | | |
|--|--------|--------|-------|------|-------|-------|
| Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 14572 | 14572 | 14572 | 9,84 | 12,85 | 36,41 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 3042 | 5393 | 12617 | 2,05 | 4,76 | 31,52 |
| Прочие оборотные активы | 35 | 194 | 130 | 0,02 | 0,17 | 0,32 |
| Итого по разделу II | 148083 | 113384 | 40026 | 100 | 100 | 100 |
| БАЛАНС | 148083 | 113384 | 40026 | 100 | 100 | 100 |

Продолжение приложение Г

Вертикальный анализ пассивов бухгалтерского баланса (в тыс. руб.) за 2016-2018 годы

| | | | | Вертикальный анализ | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|-----------------|-----------------|
| | | | | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. |
| Наименование показателя | На 31.12.2016 г. | На 31.12.2017 г. | На 31.12.2018 г. | Удельный вес, % | Удельный вес, % | Удельный вес, % |
| ПАССИВ | | | | | | |
| 3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | | | | | | |
| Уставный капитал | 10 | 10 | 10 | | | |
| Добавочный капитал | - | - | - | - | - | - |
| Резервный капитал | - | - | - | - | - | - |
| Нераспределенная прибыль | 21003 | 27228 | 25860 | 14,18 | 24,01 | 64,61 |
| Итого по разделу III | 21013 | 27238 | 25870 | 14,19 | 24,02 | 64,63 |
| 4. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | | | | |
| Заемные средства | - | - | - | - | - | - |
| Отложенные налоговые обязательства | - | - | - | - | - | - |
| Оценочные обязательства | - | - | - | - | - | - |
| Прочие обязательства | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | |
|---------------------------------------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| Итого по разделу IV | - | - | - | - | - | - |
| 5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | | | | |
| Заемные средства | - | - | - | - | - | - |
| Кредиторская задолженность | 127069 | 86146 | 14156 | 85,81 | 75,98 | 35,37 |
| Доходы будущих периодов | - | - | - | - | - | - |
| Оценочные обязательства | - | - | - | - | - | - |
| Прочие обязательства | - | - | - | - | - | - |
| Итого по разделу V | 127069 | 86146 | 14156 | 85,81 | 75,98 | 35,37 |
| БАЛАНС | 148083 | 113384 | 40026 | 100 | 100 | 100 |

Приложение Д

Горизонтальный анализ финансовой отчетности (в тыс. руб.) за 2016-2018 годы

| Наименование показателя | Горизонтальный анализ | | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------|------------------|------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|
| | На 31.12.2016 г. | На 31.12.2017 г. | На 31.12.2018 г. | 2017 г. | | 2018 г. | |
| | | | | Абсолютное изменение | Относительное изменение, % | Абсолютное изменение | Относительное изменение, % |
| Выручка | 935772 | 1350861 | 876915 | 415089 | 44.36 | -473946 | -35.08 |
| Себестоимость продаж | 914186 | 1316855 | 845704 | 402669 | 44.05 | -471151 | -35.78 |
| Валовая прибыль (убыток) | 21586 | 34006 | 31211 | 12420 | 57.54 | -2795 | -8.22 |
| Коммерческие расходы | 19864 | 21410 | 22795 | 1546 | 7.78 | 1385 | 6.47 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 1722 | 12596 | 8416 | 10874 | 631.48 | -4180 | -33.18 |
| Проценты к получению | 184 | 200 | 575 | 16 | 8.69 | 375 | 187.5 |
| Прочие доходы | - | - | - | - | - | - | - |
| Прочие расходы | 415 | 2022 | 576 | 1607 | 387.23 | -1446 | -71.51 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 1406 | 10774 | 8415 | 9368 | 666.29 | -2359 | -21.89 |
| Текущий налог на прибыль | 355 | 2549 | 1782 | 2194 | 618.03 | -767 | -30.09 |
| Чистая прибыль | 1051 | 8225 | 6633 | 7174 | 682.59 | -1592 | -19.36 |

