

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Факультет
экономики и управления**

**Кафедра
«Экономика и финансы»**

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль

«Финансы и кредит»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

Резервы повышения финансовых результатов деятельности ООО «Пищеторг»

Автор - студент группы 13333

(подпись, дата)

Оганезова Мария Михайловна

(ФИО полностью)

Руководитель

(подпись, дата)

Шачнев А. А.

(Фамилия, инициалы)

Нормоконтролер

(подпись, дата)

Шачнев А. А.

(Фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

(подпись)

Будник Б. И.

(Фамилия, инициалы)

**Работа защищена с оценкой _____ (протокол ГЭК от _____
№ _____)**

Секретарь ГЭК

(подпись)

(Фамилия, инициалы)

Пенза, 2017

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 66 страниц, 6 рисунков, 22 таблиц, 36 использованных источников.

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, ПРИБЫЛЬ, ДОХОДЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ.

Объектом исследования является ООО «Пищеторг».

Предмет исследования – управление финансовыми результатами коммерческой компании.

Цель работы – разработка и обоснование рекомендаций по повышению прибыльности деятельности ООО «Пищеторг».

Методы исследования - системный анализ, финансовый анализ, коэффициентный анализ, структурный анализ.

В первой главе рассмотрены теоретические вопросы формирования финансовых результатов коммерческой организации.

Во второй главе рассмотрена краткая характеристика ООО «Пищеторг», проанализированы финансовые показатели данной организации, выявлены основные проблемы её деятельности. В конце второй главы предложены рекомендации по улучшению финансового результата ООО «Пищеторг».

Предложенные рекомендации рекомендованы к внедрению.

Содержание:

Введение	6
1. Теоретические основы формирования и использования финансового результата производственного предприятия	8
1.1. Понятие финансового результата, его роль в деятельности предприятия...	8
1.2. Инструменты и методы анализа прибыли организации	19
2. Анализ экономического положения ООО «Пищеторг».....	31
2.1. Финансовый анализ ООО «Пищеторг»	31
2.2. Анализ формирования финансового результата ООО «Пищеторг»	43
2.3. Разработка и обоснование рекомендаций по повышению финансового результата ООО «Пищеторг»	53
Заключение	62
Список использованных источников.	64

Введение

Улучшение финансовых результатов важнейшая задача для любого предприятия, так как в финансовом результате заключается итог хозяйственной деятельности организации. Финансовый результат указывает на прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации, который образуется в процессе ее финансово-хозяйственной деятельности в отчетном периоде. Улучшение финансовых результатов зачастую указывает на такие важные процессы, как рост прибыли предприятия, достижение запланированных показателей и общее повышение эффективности деятельности предприятия.

Финансовые результаты деятельности предприятия определяются, прежде всего, качественными показателями выпускаемой предприятием продукции, предоставления услуг, уровень спроса на этот продукт (услугу), так как значительную долю в составе финансовых результатов составляет прибыль (убыток) от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг).

Финансовые результаты компании, деятельность характеризуется суммой выгод, полученных и уровень рентабельности. В условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к прибыли, руководство компании, увеличение производства и снижение себестоимости продукции. Преимущество в том, что вы можете позвонить в рекорд, который отражает эффективность производства, объем и качество продукции, состояние производительности труда, уровень издержек производства.

Убытки свидетельствуют об ошибках и просчетах в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

В росте прибыли заинтересованы как субъект хозяйствования, так и государство. Финансовый результат отражает итог деятельности предприятия, а эффективность функционирования в значительной степени зависит от способности приносить необходимую прибыль. Именно поэтому выбранная тема является актуальной.

Целью данной выпускной работы является разработка и обоснование рекомендаций по повышению прибыльности деятельности ООО «Пищеторг».

Исходя из этой цели, были поставлены задачи:

1. Раскрыть значение прибыли и её виды;
2. Дать общую характеристику ООО «Пищеторг»,
3. Провести анализ деятельности ООО «Пищеторг»;
4. Предложить мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности ООО «Пищеторг».

Предмет исследования – прибыльность деятельности предприятия и пути её повышения.

Объектом исследования является ООО «Пищеторг».

Информационной базой для выполнения работы являлись: Устав ООО «Пищеторг», бухгалтерская (финансовая) отчетность предприятия за 2014 – 2016 гг.

Результатом работы являются выводы, полученные в процессе проведенного анализа, а также рекомендации по улучшению финансового результата ООО «Пищеторг».

1. Теоретические основы формирования и использования финансового результата производственного предприятия

1.1. Понятие финансового результата, его роль в деятельности предприятия

Финансовый результат представляет собой прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации, образовавшийся в процессе ее производственно-хозяйственной деятельности за отчетный период.

С точки зрения бухгалтерского учета конечный финансовый результат деятельности предприятия – это разность между доходами и расходами. Этот показатель важнейший в деятельности предприятия и характеризует уровень его успеха. Финансовым результатом может быть и прибыль, и убыток.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйственной деятельности предприятия. Основными показателями являются: выручка от реализации продукции, работ, услуг (прибыль организации); прибыль в рыночной экономики основой экономического развития коммерческой организации. После выигрыша методология авансовых средств и доходность активов определяется в стоимости активов компании. Отправная точка в расчетах коэффициентов прибыли, разворот предприятия после реализации продукции [8].

Доходы от продажи продукции (работ, услуг) свидетельствуют о завершении производственного цикла предприятия, возвращении авансов на производство денежных средств и начале нового раунда в оборот всех фондов. Изменения объемов продаж продукции оказывают наиболее чувствительное влияние на финансовые результаты компании, поэтому финансовый отдел должен следить за ежедневным процессом отгрузки и продажи продукции.

Выручка-это получение денежных средств на счете-фактуре и в кассе компании, а также других доходов в расчетах за проданную продукцию (работу, услуги) на определенный период времени. Доходы, составляющие основные показатели производства и хозяйственной и коммерческой деятельности пред-

приятия; по существу соответствует показателю, принятому в мире практикой "продажи". Она включает в себя депозиты на продажу готовых товаров, выполнение работ и оказание услуг. Объем выручки зависит от объема проданной продукции, ассортимента, качества и уровня цены. Актуальность и полнота доходов выручка от продажи продукции способствует нормальному финансовому положению бизнес-объекта.

Стабильность финансового положения компании, состояние ее рабочего капитала, размер прибыли, актуальность расчетов с бюджетом, бюджетные фонды, Банк, поставщики, работники и сотрудники зависят от доходов.

С другой стороны, процесс обращения капитала на предприятие заканчивается продажей продукции и продаж, что само по себе означает возмещение финансовых ресурсов, потраченных на производство и служит предпосылкой для возобновления производства за счет дальнейшего развития средств в следующем цикле.

Выручка, поступающая на расчетный счет предприятия, сразу же используется на оплату счетов поставщиков сырья, материалов, комплектующих, полуфабрикатов, запчастей, топлива, энергии. Из выручки происходит отчисление налогов в бюджет, выплата зарплаты, возмещается износ основных фондов, финансируются расходы, предусмотренные финансовым планом и не включаемые в себестоимость [12].

Законодательно закреплены два метода отражения выручки от реализации продукции:

- 1) по отгрузке товаров (выполнению работ, оказанию услуг) и предъявлению контрагенту расчетных документов — метод начислений. Здесь образованием выручки считается дата отгрузки, т.е. поступление средств не является фактором определения выручки. В основе метода лежит юридический принцип перехода права собственности на товар. В случае несвоевременной оплаты продукции, несостоятельности покупателя или банка предприятие может иметь проблемы: неплатежи по налогам, срыв контрактов, возникновение цепочки неплатежей. Для сглаживания возможных негативных последствий предпри-

ятию предоставлено право образования резерва по сомнительным долгам, который является дополнительным источником финансирования текущих обязательств. Этот метод широко применяется в развитых странах, где наличие развитых финансовых рынков минимизирует риск. Рекомендации использовать этот метод в России, связаны с переходом на международные стандарты учета и статистики, хотя практика не позволяет этого сделать;

2) в российской практике распространение получил метод отражения выручки по мере оплаты — кассовый метод. Моментом образования выручки считается дата поступления средств на счета. Подобный метод лишен недостатков предыдущего. Вместе с тем в случае авансовых платежей общий размер средств не совпадает с фактической реализацией, так как деньги поступили, а продукция может быть не отгружена или не произведена.

В настоящее время предприятие может для целей налогообложения самостоятельно выбирать метод учета, однако бухгалтер обязан вести методом начислений.

По своему экономическому содержанию выручка является основным источником финансовых ресурсов предприятия.

В процессе деятельности экономика может планирование поступлений от субъектов реализации на год, квартал или быстро реализовать. Годовой *umsatzplanung* эффективна в стабильных экономических условиях, и поэтому в нынешней ситуации, а также планирования себестоимости продукции трудно. Основные проблемы: сложности прогнозирования изменения спроса и предложения на материальные и финансовые ресурсы; нестабильное законодательство в области налогов, бухгалтерского учета, отчетности. В этой ситуации акцент на квартал, планирование доходов, что больше всего отвечает интересам предприятия и внешних условий. Основная задача оперативного планирования — контроль своевременности предоставления финансовых средств [6].

Общий доход включает: доход от товаров и полуфабрикатов собственного производства, доходы от работ и услуг промышленного и не промышленного характера. Выручка от продажи продукции рассчитывается на основе объема реализованной продукции исходя из действующих цен без НДС, акцизов, торговых и продажи скидок и экспортных тарифов (в случае продажи на экспорт). Выручка от выполненных работ и услуг определяется исходя из объема выполненных услуг и соответствующих цен и тарифов.

И если прогноз реализации будет оправдано и успешно ведет предприятия недостаточно денег для его успешного развития. Чтобы определить плановый уровень доходов, необходимо знать факторы, от которых она зависит. Факторы, влияющие на выручку:

1) факторы в сфере производства:

- количество реализованной продукции;
- ассортимент реализованной продукции:
 - увеличение реализации более дорогой продукции — увеличение выручки;
 - увеличение реализации более дешевой продукции — снижение выручки;
- ритмичность производства;
- качество реализованной продукции;

2) факторы в сфере обращения:

- виды цен и их уровень;
- состояние расчетно-платежной дисциплины:
 - своевременное оформление платежных документов поставщиком;
 - своевременная оплата отгруженной продукции покупателем;
- ритмичность отгрузки;
- соблюдение условий договора;

3) факторы, не зависящие от деятельности предприятия:

- нарушение процесса поставки предприятию — изготовителю сырья, материалов и других необходимых ресурсов;
- перебои в работе транспорта;

- несвоевременная оплата продукции вследствие неплатежеспособности покупателя [15].

Если поступление выручки на счета компании, является американской выпиской из фонда, то ее использование подобно началу нового цикла, фазы и распределения процессов внутри компании. На этом этапе формируется доходная база бюджетов разных уровней, а значит, и национальные интересы. На этом этапе также собственные финансовые ресурсы компании.

После получения денег за проданную продукцию, распределяются на нет налоги с продаж и косвенные налоги. Косвенный налог-это налог, который государство налагает на товары и услуги (который входит в общую цену продукта) для сбора средств и является инструментом фискальной политики в управлении экономикой. Наиболее важными косвенными налогами являются НДС, акцизы, государственные и таможенные пошлины.

Больше выручка от продаж делится на две части, первая относится к возмещению расходов на производство, себестоимости, вторая-это доходы компании, т. е. прибыль организации до вычета налогов (косвенных) и расходов на заработную плату и отчисления на социальное страхование. Согласно налоговым данным, чистый доход компании, часть которого идет на уплату соответствующих налогов.

Прибыль-это сумма доходов от деятельности организации, за вычетом понесенных расходов.

Прибыль является основой для экономического развития компании, как финансовая основа для самофинансирования компании, ее деятельности, расширенного воспроизводства, решения социальных и материальных потребностей работников. Поэтому ориентация положения экономики в действующих хозяйствующих субъектах на получение прибыли является обязательным условием их деятельности. Прибыль не только характеризует эффективность деятельности компании, но и является показателем для оценки ее производственной и коммерческой деятельности, финансовой, социальной, деловой активности [11].

Прибыль выполняет определенные функции:

1) Стимулирующая.

Прибыль является главной целью деятельности организации, необходимой для нормального функционирования организации, прироста собственного капитала, развития предприятия и обеспечения социальными благами работников.

2) Воспроизводственная.

Прибыль является источником формирования финансовых ресурсов предприятия и государства, источником расширенного воспроизводства не только в рамках предприятия, но и в масштабах всего общества.

3) Контрольная.

Прибыль в лучшем случае отражает эффективность производства и качество продукции, производительность труда и рациональное использование всех видов ресурсов.

Понятие "прибыль" для каждого из лиц имеет другое значение, но всегда означает прибыль.

Если организация работает в нормальных условиях при прибыли, это свидетельствует о наличии спроса на продукцию и ее удовлетворенности. И государство, в свою очередь, является преимуществом из-за подоходного налога и поддержки нерентабельных объектов и решения приоритетных социальных задач.

Прибыль, организация решает проблему их использования.

Прибыль стоит, она отражается в финансовом результате, отражает эффективность производства, количество и качество производства за счет долгосрочных продуктов, таких как производительность труда, расходы и т.д.

Характер использования прибыли отражает стратегические цели организации. Заплатив дивиденды, компания стимулирует рост стоимости своих акций, оставляя прибыль на предприятиях, вкладывая в акционеров в развитие производства. Распределение прибыли является неотъемлемой и неотъемлемой частью общей системы распределения отношений.

На самом деле распределение доходов читается в трех направлениях.

Прибыль распределена между государством, собственниками предприятия и самой организацией (предприятиями).

Отношения между субъектами экономики и государством относительно прибыли основаны на налогообложении прибыли.

Представителям финального финансового результата прибыль является основным показателем в системе целей компании. Но прибыль представляет собой очень сложную экономическую категорию, и поэтому она может иметь различные определения, интерпретации, представления. Три из них — с условными именами: бухгалтерский учет, бизнес, экономика-считаются экспертами Basic.

Прибыль бухгалтерская-это положительная разница между собранной доходы и расходы, относящиеся на отчетный период.

Предпринимательская прибыль является условным термином, который используется для получения теоретической прибыли владельцев компании. Численно это равно увеличению собственного капитала собственника, который находится в отчетном периоде и проявляется в увеличении чистых активов, определяется как Капитализированная стоимость будущих чистых доходов за вычетом обязательств.

Прибыль экономическая (Economic Profit) – гипотетическая величина, определяемая как разница между доходами фирмы и ее экономическими издержками, предусматривающими учет затрат упущенных возможностей. Под экономическими издержками понимается совокупная стоимость других благ, которые можно было бы теоретически приобрести при максимально выгодном использовании потраченных ресурсов.

Данный подход имеет определенные достоинства в теоретическом плане, но с позиции практики он нереализуем. Поэтому категория «экономическая прибыль» является, прежде всего, объектом исследования в рамках экономической теории.

Прибыль чистая (Net Income, Net Profit) - прибыль, доступная к распределению собственниками. Рассчитывается как разница между всеми доходами и всеми затратами (расходами) предприятия, относящимися к отчетному периоду.

Прибыль для целей бухгалтерского учета определяется следующим образом. Вначале рассчитывается валовая прибыль (разница между доходами и расходами по обычным видам деятельности предприятия), затем определяется прибыль (убыток) от продаж (из валовой прибыли вычитаются коммерческие и управленческие расходы). Далее рассчитывается прибыль (убыток) до налогообложения путем вычета из прибыли от продаж сальдо прочих доходов расходов (отчет о финансовых результатах №2) [22].

Прибыль, остающаяся в распоряжении с прибылью после уплаты налогов, в результате упреждений. Этого понятия в финансовом анализе, планировании. В счетах чистого дохода как *netaspredelennoy* прибыль. Это понятие не совсем точное, так как на счетах с таким же понятием называется прибыль и после выплаты дивидендов.

Оставшиеся две трети прибыли организации, между собственниками (акционерами, учредителями) и самой компанией распределяются.

В организации распределению подлежит прибыль после уплаты налогов и дивидендов. По этому доходу некоторые налоги в местном бюджете уплачены, а экономические санкции находятся в поиске.

Распределение этой части прибыли отражает процесс формирования фонда и резервов компании для финансирования потребностей производства и социального развития.

В условиях рыночной экономики государство вмешивается в процесс распределения благ не является, положения организации (предприятия) после уплаты налогов. Тем не менее, за счет предоставления налоговых льгот оно стимулирует направление прибыли на инвестиции в производство и строительство жилья, на благотворительные цели, финансирование природоохранных мероприятий, расходов на содержание объектов и учреждений социальной сферы, для осуществления исследований.

Затраты на разработку продукции и прибыль, которые будут финансироваться за счет расходов на исследования, разработки и технологические работы; финансирование разработки и освоения новых продуктов и процессов и т. д., Накопление прибыли организации (компании) может, в уставном капитале других организаций, создаваться долгосрочные и краткосрочные инвестиции, материнские организации, Ассоциации, компании, общества, Ассоциации, У. А. М. эти направления с использованием прибыли на развитие, приняты.

Кроме того, выгоды от социальных потребностей, от материального поощрения заработков трудящихся.

Вся прибыль, от имущества организации (компании), от общей выгоды, стоимость имущества увеличивается, то есть участник во время накопления и прибыли, ведущей на потребителя, стоимость имущества, не увеличивается.

Если прибыль идет не на расходы на потребление остальной части организации, а на нераспределенную прибыль учений и увеличение размера собственного капитала. Наличие нераспределенной прибыли увеличивает финансовую устойчивость организации, показывает, что есть источник для дальнейшего развития.

Убыток-это отрицательный финансовый результат, превышение расходов над доходами компании, что негативно сказывается на деятельности предприятия, ставя его в сложное финансовое положение и может привести к банкротству.

Но для оценки эффективности работы организаций недостаточно использования показателя прибыли, поскольку наличие прибыли еще не означает, что организация работает хорошо. Абсолютная сумма прибыли не позволяет судить о степени доходности той или иной организации. Многие организации, получившие одинаковую сумму прибыли, имеют различные объемы продаж, разные затраты. Поэтому для определения эффективности произведенных затрат необходимо использовать относительный показатель – уровень рентабельности.

Таблица 1 - Основные показатели рентабельности и методика их расчета

Наименование показателя	Методика расчета				
1. Рентабельность продаж	По прибыли от продаж	/	Выручка	*	100%
	По прибыли до налогообложения				
	По чистой прибыли				
2. Рентабельность основной деятельности	По прибыли от продаж	/	Расходы на производство и сбыт	*	100%
	По прибыли до налогообложения				
	По чистой прибыли				
3. Рентабельность совокупных активов	По прибыли от продаж	/	Совокупные активы	*	100%
	По прибыли до налогообложения				
	По чистой прибыли				
4. Рентабельность внеоборотных активов	По прибыли от продаж	/	Внеоборотные активы	*	100%
	По прибыли до налогообложения				
	По чистой прибыли				
5. Рентабельность собственного капитала	По прибыли от продаж	/	Собственный капитал	*	100%
	По прибыли до налогообложения				
	По чистой прибыли				
6. Рентабельность заемного капитала	По прибыли от продаж	/	Заемный капитал	*	100%
	По прибыли до налогообложения				
	По чистой прибыли				

Рентабельность является важнейшим относительным показателем, характеризующим эффективность работы предприятия и конечные результаты его хозяйственной деятельности. Рентабельность характеризует прибыль, получаемую с каждого рубля вложенных в производство средств.

1. Рентабельность продаж демонстрирует долю прибыли в объеме продаж предприятия. Рост рентабельности продаж в целом оценивается положительно, даже при снижении абсолютных значений прибыли, поскольку указанный факт свидетельствует о наличии благоприятной тенденции в деятельности предприятия: темпы роста прибыли превышают темпы роста выручки от продажи.

2. Рентабельность продукции характеризует эффективность основной производственной деятельности предприятия. Расходы на производство и сбыт определяются суммированием себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг, управленческих и коммерческих расходов.

3. Рентабельность активов демонстрирует способность предприятия обеспечивать достаточный объем чистой прибыли по отношению к ее активам. Снижение показателя свидетельствует о падении спроса на продукцию и о перенакоплении активов.

4. Рентабельность внеоборотных активов отражает эффективность использования основных средств и прочих внеоборотных активов.

5. Рентабельность собственного капитала позволяет определить эффективность использования капитала, инвестированного собственниками предприятия в сравнении с возможными альтернативными вложениями средств. Рентабельность собственного капитала показывает, сколько денежных единиц прибыли заработала каждая денежная единица, вложенная собственниками в предприятие.

6. Рентабельность заемного капитала показывает эффективность использования заемных средств.

Увеличение рентабельности, улучшение финансово-экономической деятельности предприятий. В то же время, может быть, показатели доходности не обязательно учитывать содержание нашей деятельности

Долгосрочных инвестиций, снижает рентабельность

Компании-движение поглощения рисков реализации проекта до конца потеря финансовой стабильности

-Расчет достаточности капитала на основе рыночной бухгалтерского учета, чем оценочная стоимость активов, собственного капитала и в результате неверно также.

Показатели рентабельности к рекомендованному значению. Значение более эффективные предприятия.

Показатели рентабельности для анализа деятельности компании необходимо рассмотреть каждый из показателей имеет важное значение для формулирования обоснованных выводов:

-Уменьшение прибыли отчетного периода не может рассматриваться как негативное текущей деятельности компания переходит на новую технологию или продукт необходимых капиталовложений, прибыльность индикаторов зависит от производительности отчетного периода не отражает эффект долгосрочных инвестиций

-Принятия управленческих решений на высокий уровень доходности, риск высок. Представляя собой один из индексов, рискованность бизнеса в коэффициент финансового левериджа высокого риска с точки зрения акционеров и кредиторов компании

На числитель и знаменатель рентабельности показателей, представленных в данных нежных единицах покупательной способности, которые отражают интересы результата деятельности закончился период активов, достаточности капитала формируются в течение года отражать в бухгалтерском учете могут быть оценены и могут отличаться от текущих [30].

1.2. Инструменты и методы анализа прибыли организации

В рыночной экономике анализ финансовых результатов является важнейшей частью информационного обеспечения для принятия решений руководством. В закупках подробная информация о финансовом положении организации, ее деятельности заинтересованы практически все субъекты рыночных отношений: собственники, акционеры, аудиторы, инвесторы, банки, биржи, поставщики и покупатели, страховые компании и рекламные агентства.

Существует несколько существенных методов для анализа рентабельности предприятия. Между тем, экономисты ведущих в области экономического анализа и финансового менеджмента, способную некоторых теоретических и

методологических проблем анализа в различных аспектах и с разной степенью детализации [17,28,32,36] Но все они преследуют общие цели.

Цель анализа прибыльности являются:

- Обеспечивать своевременный управления компании и его финансово-экономической службы сведения, необходимые для того, чтобы сформировать объективное суждение о Компании, производительность в различных областях управления в отчетном году, по сравнению с предыдущим годом, в середине прошлого финансового периода, бизнес-план, активы других предприятий;

- Определить факторы, которые вызывают улучшение финансовых результатов и резервов роста прибыли;

- Разработка мероприятий по максимизации прибыли предприятия;

- Разработка предложений по использованию предприятия прибыль после уплаты налогов. Для достижения поставленных целей в процессе анализа прибыльности решаются следующие задачи:

1. разработка информационного механизма анализа финансовых результатов, позволяющего своевременно получать достоверную и полную информацию для его проведения в различных направлениях и соответствующих уровнях, аспектах и разрезах;

2. анализ и оценка достигнутого уровня прибыли предприятия в абсолютных и относительных показателях;

3. анализ влияния на финансовые результаты инфляционных процессов в экономике и изменений в нормативно-законодательных актах в области формирования затрат и финансовых результатов предприятия;

4. выявление факторов, повлиявших на величину прибыли, и резервов ее повышения;

5. анализ взаимосвязи затрат, объема производства и прибыли в целях максимизации ее величины;

6. анализ использования прибыли;

7. прогнозирование финансовых результатов и разработка мероприятий по их достижению.

Разные авторы выделяют следующие задачи анализа прибыльности.

Шанин И.И. и Губина О.В. определены следующие задачи анализа финансовых результатов:

1. анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли;
2. факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг);
3. анализ финансовых результатов от прочей реализации, внереализационной и финансовой деятельности;
4. анализ и оценка использования чистой прибыли;
5. анализ взаимосвязи затрат, объема производства или продаж и полученной прибыли;
6. анализ взаимосвязи прибыли, движения оборотного капитала и потока денежных средств;
7. анализ и оценка влияния инфляции на финансовые результаты [17,36].

Е.А. Соловьева при проведении анализа финансовых результатов рекомендует обратить внимание на [32]:

1. Рассмотрение денежных потоков организации в целях выяснения степени достаточности притока денежных средств по текущей деятельности для обеспечения оттоков по текущей деятельности и инвестиционной деятельности предприятия.
2. Факторный анализ общей бухгалтерской прибыли (прибыли до налогообложения) и прибыли от реализации продукции.
3. Расчет эффекта финансового рычага.

А.И. Нечитайло отражает следующие основные задачи анализа финансовых результатов:

1. систематический контроль за выполнением планов реализации продукции и получением прибыли;
2. определение влияния как объективных, так и субъективных факторов на финансовые результаты;

3. выявление резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности;
4. оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
5. разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

Рассмотрим алгоритм анализа финансовых результатов.

Е.А. Соловьева рекомендует проводить анализ финансовых результатов и рентабельности организации в следующей последовательности [32]:

1. Дается классификация прибыли, которая рассматривается как показатель эффекта хозяйственной деятельности. В целях анализа прибыль классифицируется:

- по порядку формирования: валовая прибыль, маржинальный доход, прибыль до налогообложения, чистая прибыль;
- по источникам формирования: прибыль от реализации продукции, услуг, прибыль от реализации имущества;
- по видам деятельности: прибыль от обычной деятельности, прибыль от инвестиционной деятельности, прибыль от финансовой деятельности;
- по характеру использования: прибыль, направленная на дивиденды, прибыль нераспределенная.

2. Формируются показатели прибыли, раскрываются основы их расчета и взаимосвязь между ними.

3. Перечисляются экономические факторы, влияющие на величину прибыли, проводится факторный анализ прибыли до налогообложения.

4. Рекомендуется при анализе учитывать влияние инфляции на финансовые результаты.

5. Проводится анализ «качества» прибыли, где высокое качество характеризуется ростом производства, снижением расходов по производству и реализации, а низкое – ростом цен на продукцию без увеличения объемов выпуска.

6. Рассматриваются денежные потоки организации.

7. Проводится анализ рентабельности и делается вывод об эффективности деятельности предприятия.

Н.И. Шанин предлагает проводить анализ прибыли и рентабельности продукции в следующей последовательности:

1. Формируется ряд показателей, в которых проявляются финансовые результаты организации: валовая прибыль, прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) от продаж и прочей внерализационной деятельности, прибыль (убыток) до налогообложения, прибыль (убыток) от обычной деятельности, чистая прибыль.

2. Анализ на предварительном этапе проводится как по абсолютным показателям прибыли, так и по ее относительным показателям, например по рентабельности продаж.

3. Углубленный анализ осуществляется путем исследования влияния на величину прибыли и рентабельность продаж различных факторов, которые подразделяются на группу внешних и группу внутренних факторов.

4. Затем анализируется влияние инфляции на финансовые результаты от продаж продукции.

5. Изучается качество прибыли – обобщенная характеристика структуры источников формирования прибыли.

6. Проводится анализ рентабельности активов предприятия.

7. Осуществляется маржинальный анализ прибыли.

Детальный анализ финансовых результатов на основе изучения прогнозов и частных для выявления резервов роста прибыли позволяет предположить следующее. Особенно на этапе развития, формирования прибыли, т. е. массы, динамики и структуры совокупной (финансовой отчетности) прибыли Компании с выявлением факторов изменения и потенциальных резервов. Затем анализируются:

прибыль, которую получают продажи и прибыль от других видов деятельности);

- полезно в контексте публикации определенных видов продукции, определенных договоров с клиентами;
- доходы от других видов деятельности, раздел отдельных операций и задач-лок;
- рентабельность (возврат инвестиций) деятельности, в частности, рентабельность продаж, обозначает маржу прибыли по каждому рублю продаж.

Следующая цель-анализ прибыли путем продажи края дохода с высвобождением свободы, постоянных и полу-переменных затрат в целом для компании и конкретного продукта. И, наконец, ограниченность анализа или анализа значений доходов и расходов для определения такого объема производства (продаж), возможности компании соответствует величине максимальной прибыли от продажи.

Показатели, используемые для анализа, это рейтинговые базисные пункты, запрограммированные и реально действующие цены с учетом влияния инфляции на факторы риска и неопределенности, так как вы будете получать прибыль.

Приведены расчеты изменений финансовых результатов проводимого прямого результата применения различных методов экономического анализа, содержание которых анализируется с точки зрения его теории, что позволит открыть систему частных изменений под влиянием различных факторов и показать их солидарность с обобщающими показателями.

В то же время изучены источники доходов, степень устойчивости прибыли, разработаны мероприятия по реализации резервов и прогноз финансовых результатов.

Проведен факторный анализ прибыли на основании приказа на обучение. Целью данного анализа является оценка динамики показателей балансовой стоимости и чистой прибыли, путем повышения степени влияния на финансовый успех ряда факторов, таких как рост (сокращение) производства товаров, рост (снижение) объемов продаж, качество и расширение ассортимента про-

дукции, повышение рентабельности, определение резервов, увеличение прибыли и др.

Для детального анализа прибыли имеет смысл, факторы группы, влияние на ее размер.

Внешние факторы, такие как общее правило, не являются сотрудниками компании и не контролируется:

- чрезвычайные природные события (погодные условия), транс-резак и другие факторы вызывают дополнительные затраты для некоторых компаний и больше продаж;

изменение общественного пользования или давление на цены, производство, материал, расход сырья, материалов, топлива, закупая полуфабрикаты; тарифов на услуги и перевозки; торговых скидок; палто; правила амортизации, проценты по заработной плате, платы и ставок налогов и других сборов, подлежащих уплате компании;

нарушение поставщиками, закупками и продажей, хозяйственными, финансовыми, банковскими и другими объектами дисциплины в сочетании с экономическими вопросами, интересами компании.

Внутренние факторы, в зависимости от компании и контролируется, то есть. основные факторы влияния на результаты работы, а также факторы, обусловленные экономической дисциплиной компании.

Основные факторы формирования прибыли от продаж, количество и качество продукта, стоимость продукта, стоимость продукции, элементы себестоимости, структурные сдвиги в составе продукции. Общий объем продаж определяется как разница между выручкой от продаж и общей стоимостью.

Выручка от продаж зависит не только от количества и качества продукции, но и от структуры и цен на отдельные продукты. В свою очередь себестоимость продукции определяет структуру продукции и цены отдельных элементов себестоимости [14].

Факторы, обусловленные экономической дисциплиной:

- Нарушение процедуры установления и применения цен, а также покупок-вывесок;

- Экономия в результате невыполнения предусмотренных договором работ мер по обеспечению безопасности труда, улучшению условий труда и безопасности за счет подуровня обучения, реализации плана капитального ремонта, отсутствия мер по исследованиям и разработке новых технологий и т.д.;

- экономика, начиная от производства с отклонениями от стандартов, рецептур, технических условий и нарушения технологии производства. Факторный анализ прибыли от продажи по формам бухгалтерской отчетности проводится на основе «Отчет о финансовых результатах».

1. Расчет выручки отчетного года в сопоставимых ценах

$$V_{oc} = V_{P_1} / Иц , \quad (1)$$

где V_{oc} – выручка отчетного года в сопоставимых ценах

V_{P_1} - выручка отчетного года

Иц – индекс роста цен

2. Расчет прироста выручки за счет изменения объема производства

$$\Delta V_o = V_{oc} - V_{p_0}, \quad (2)$$

где ΔV_o – прирост выручки за счет изменения объема производства

V_{p_0} – выручка предыдущего периода

3. Расчет прироста выручки за счет изменения цен

$$\Delta V_{ц} = V_{p_1} - V_{oc}, \quad (3)$$

$\Delta V_{ц}$ – прирост выручки за счет изменения цен

V_{p_1} - выручка отчетного периода

V_{oc} - выручка отчетного периода в сопоставимых ценах.

4. Расчет удельного веса прибыли отчетного и предыдущего года в выручке (маржа прибыли) (М):

$$M = \text{прибыль от продаж} / \text{выручка} \quad (4)$$

5. Расчет показателей ресурсоемкости предыдущего и отчетного периода в разрезе элементов затрат (материальные затраты, затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие затраты) (Pe):

$$Pe = \text{затраты организации (по элементам)/выручка} \quad (5)$$

6. Расчет изменений ресурсоемкости по элементам затрат (ΔPe):

ΔPe = ресурсоемкость отчетного периода - ресурсоемкость предыдущего периода. (6)

7. Расчет прироста прибыли от изменения объема продаж ($\Delta По$):

$$\Delta По = \Delta Во * M \text{ (предыдущего периода)} \quad (7)$$

8. Расчет прироста прибыли от изменения цен ($\Delta Пц$):

$$\Delta Пц = \Delta Вц * M \text{ (предыдущего периода)} \quad (8)$$

9. Расчет прироста прибыли от изменения ресурсоемкости (в разрезе перечисленных элементов) ($\Delta Пре$):

$$\Delta Пре = \Delta Pe * B \text{ (отчетного периода)} \quad (9)$$

10. Расчет общего изменения прибыли ($\Delta Побщ$):

$$\Delta Побщ = \Delta По + \Delta Пц + \Delta Пме + \Delta Пзе + \Delta Пае + \Delta Ппр, \quad (10)$$

где

$\Delta Пме$ - изменение прибыли за счет материалоемкости;

$\Delta Пзе$ - изменение прибыли за счет изменения зарплатоемкости;

$\Delta Пае$ - изменение прибыли за счет амортизациоёмкости;

$\Delta Ппр$ - изменение прибыли за счет ресурсоемкости по прочим затратам.

Проверка правильности расчетов осуществляется сравнением прироста прибыли за счет факторов и абсолютного изменения прибыли по периодам:

$$\Delta П = П \text{ отчетный год} - П \text{ предыдущий год}; \Delta П = \Delta Побщ \quad (11)$$

Если прибыль от реализации увеличивается из-за увеличения операционных доходов и снижения потребления ресурсов, мы можем говорить об эффективном управлении финансовыми результатами компании.

Фактор, который влияет на стабильность результата, является также степень контролируемости расходов организации, их управления, светодиод стабилизатора условий, которые могут расходы/поступления в бюджет. Если ко-

эffiциент рассчитывается как среднее из элементов затрат, является стабильным, то это означает, что руководство должно иметь эффективный контроль затрат, и справиться с ними. В данном случае, это вам в качестве критерия качества управления, расходы должны быть признаны, поскольку резкие колебания в связи с изменением стоимости маловероятны [24].

В эффективно управляемой организации:

- Увеличение объемов продаж;
- Улучшение структуры продаж (увеличение удельного веса высококачественной продукции);

положительные характеристики качества продукции;

- высокая степень соблюдения договорных обязательств;
- эффективное позиционирование товаров и товаров конкурентов;
- Избыточный вес в портфеле заказов (продаж) товаров "звезд" и "ко-ров" (который характеризуется максимальным объемом продаж и роста-фаза).

В то же время факторный анализ рентабельности.

Уровень рентабельности производственной деятельности, амортизационных отчислений), по оценкам, в целом по компании, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее собственной стоимости и средних цен реализации.

Расчет влияния факторов первого порядка на изменение уровня рентабельности в целом по предприятию можно выполнить способом цепной подстановки. Уровень рентабельности отдельных видов продукции зависит от изменения среднереализационных цен (Ц) и себестоимости (С) единицы продукции:

$$R_i = (\text{Ц}_i - \text{С}_i) / \text{С}_i = \text{Ц}_i / \text{С}_i - 1 \quad (12)$$

Факторный анализ рентабельности отдельных видов продукции выполняется на основе представленных данных. Необходимо также более детально изучить причины изменения среднего уровня цен и способом пропорционального деления рассчитать их влияние на уровень рентабельности.

Далее необходимо установить, за счет каких факторов изменялась себестоимость единицы продукции и аналогичным образом определить их влияние на уровень рентабельности. Такие расчеты делаются по каждому виду продукции, что позволяет более точно оценить работу субъекта хозяйствования и полнее выявить внутрихозяйственные резервы роста рентабельности на анализируемом предприятии. Примерно также производится факторный анализ рентабельности продаж.

Детерминированная факторная модель этого показателя, исчисленного в целом по предприятию, имеет следующий вид:

$$R_{п} = П_{п} / В \quad (13)$$

где, $R_{п}$ – рентабельность продаж;

$П_{п}$ – прибыль с продаж.

Расчет влияния отдельных факторов также производится методом цепной подстановки. Уровень рентабельности продаж отдельных видов продукции зависит от среднего уровня цены и себестоимости изделия:

$$R_{п} = П_i / В_i = (Ц_i - С_i) / Ц_i \quad (14)$$

При углубленном анализе необходимо изучить влияние факторов второго уровня, от которых зависит изменение среднереализационных цен, себестоимости продукции и внереализационных результатов. Для анализа рентабельности производственного капитала, определяемой как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных средств и материальных оборотных фондов, можно использовать факторную модель, предложенную М. И. Бакановым и А. Д. Шереметом:

$$\begin{aligned} R / F + E &= P/N / (F/N + E/N) = (1 - S/N) / (F/N + E/N) = \\ &= [1 - (U/N + M/N + A/N)] / (F/N + E/N) \end{aligned} \quad (15)$$

где,

P – Прибыль балансовая;

F – Средняя стоимость основных фондов;

E – Средние остатки материальных оборотных средств;

N – Выручка от реализации продукции;

R/N – Рентабельность продаж;

$F/N + E/N$ – Капиталоемкость продукции (обратный показатель коэффициенту оборачиваемости);

S/N – затраты на рубль продукции;

$U/N, M/N, A/N$ – соответственно зарплатоемкость, материалоемкость и фондоемкость продукции.

Заменяя постепенно базовый уровень каждого фактора на фактический, можно определить, на сколько изменился уровень рентабельности производственного капитала за счет зарплатоемкости, материалоемкости, фондоемкости, т.е. за счет факторов интенсификации производства [27].

2. Анализ экономического положения ООО «Пищеторг»

2.1. Финансовый анализ ООО «Пищеторг»

Компания "ПИЩЕТОРГ" зарегистрирована 25 ноября 2002 года, регистратор — Межрайонная Инспекция МНС России №1 по ПЕНЗЕНСКОЙ области. Полное наименование — ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ПИЩЕТОРГ". Компания находится по адресу: 442530, ПЕНЗЕНСКАЯ область, г. КУЗНЕЦК, ул. КАЛИНИНА, д. 184.

Основным видом деятельности является: "Розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями". Юридическое лицо также зарегистрировано в таких категориях ОКВЭД как: "Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах", "Розничная торговля алкогольными и другими напитками". Основная отрасль компании: "Розничная торговля".

Должность руководителя компании — директор. Организационно-правовая форма — общества с ограниченной ответственностью. Тип собственности — частная собственность.

Структура компании представлена директором, коммерческой службой (отдел продаж в составе 4-х человек, менеджер по рекламе и маркетингу), категорийными менеджерами (3 человека), бухгалтерией (4 человека), службой доставки (6 человек), отделом кадров (2 человека), службой безопасности (7 человек), сотрудниками склада (7 человек), основным (23 человека) и вспомогательным персоналом (5 человек).

Учредителями являются 12 физических лиц. ООО "Пищеторг" располагает 1 лицензией. Компания является субъектом Малого Предпринимательства.

Уставный капитал общества составляет 286 949 рублей.

Предприятие находится на упрощенной системе налогообложения с применением ставки налога 15% от разницы между доходами и расходами.

Рассмотрим основные аспекты экономического состояния ООО «Пищеторг».

Таблица 2 – Анализ имущественного положения ООО «Пищеторг» за 2014-2016 гг.

Показатель	Абсолютные величины, тыс. руб.			Изменения за 2016 год	
	2014	2015	2016	абсолютных величин	темп роста, %
	Ресурсная база	7 913	4 732	6 054	1 322
Имобилизованное имущество	2 601	2 100	1 895	-205	90,24
Мобильное имущество	5 312	2 632	4 159	1 527	158,02
Текущие обязательства	6 369	2 993	1 519	-1 474	50,75
Собственный капитал	1 544	1 739	4 535	2 796	260,78
Заемный капитал	6 369	2 993	1 519	-1 474	50,75
Перманентный капитал	1 544	1 739	4 535	2 796	260,78
Чистый оборотный капитал	-1 057	-361	2 640	3 001	-731,3
Оборотный капитал	-1 057	-361	2 640	3 001	-731,3
Собственные средства в обороте	-1 057	-361	2 640	3 001	-731,3
Собственный оборотный капитал	-1 057	-361	2 640	3 001	-731,3
Рабочий капитал	-1 057	-361	2 640	3 001	-731,3
Нормальные источники формирования запасов	-257	139	2 640	2 501	1899,28
Финансово-эксплуатационные потребности	-312	115	922	807	801,74
Чистые активы	1 544	1 739	4 535	2 796	260,78

Анализ динамики имущественного положения ООО «Пищеторг» выявил отсутствие четко-выраженной тенденции развития предприятия. Можно даже предположить об отсутствии на предприятии стратегии управления и развития.

Разнонаправленные показатели имущественного положения говорят о ситуационном подходе к управлению организацией, когда руководство направляет свои усилия на решение текущих задач.

Итак, ресурсная база резко снижается в 2015 году и, затем, чуть менее резко возрастает в 2016 году. Это происходит главным образом за счет изменения мобильного имущества, то есть оборотных активов. В свою очередь величина оборотных активов изменяется в основном под влиянием изменения уровня запасов. Опишем данную ситуацию подробнее ниже, при анализе структуры активов ООО «Пищеторг».

Имобилизованное имущество (внеоборотные активы) неуклонно снижается. Это связано с начислением амортизации на объекты основных средств, а также с тем, что новые объекты с 2014 года в эксплуатацию не вводились.

Собственный капитал на протяжении анализируемого периода увеличивается. Это вызвано ростом нераспределенной прибыли в пассиве баланса.

Заемный капитал имеет тенденцию к снижению. Это положительно сказывается на финансовой устойчивости и независимости предприятия. Однако такому снижению заемного капитала есть внешняя причина. ООО «Пищеторг» столкнулось с ситуацией невозможности получения кредита на условиях, позволяющих вести рентабельный бизнес. У предприятия в 2016 году была возможность получить кредиты или займы под очень высокие проценты, несопоставимые с рентабельностью бизнеса. Именно поэтому собственники перестали изымать чистую прибыль из компании, как это происходило до 2014 года, а наоборот стали вкладывать практически весь финансовый результат в предприятие. По этой причине и вырос собственный капитал.

Из таблицы видно, что чистый оборотный капитал, оборотный капитал, собственные средства в обороте и собственный оборотный капитал идентичны по значениям на протяжении всего рассматриваемого периода. Такое равенство объясняется тем, что у предприятия отсутствуют долгосрочные обязательства.

Отрицательное значение обозначенных показателей говорит о том, что текущих обязательств больше оборотных активов, а, значит, они идут на фи-

финансирование внеоборотных активов. Последнее свидетельствует о том, что собственного капитала не достаточно для финансирования внеоборотных активов. Рассмотрим подробнее структуру активов предприятия (таблица 3).

Таблица 3 – Анализ динамики и структуры активов ООО «Пищеторг» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Наименование	Фактические значения			Абсолютные отклонения		Темпы роста		Удельный вес		
	2014	2015	2016	2015 к 2014	2016 к 2014	2015 к 2014	2016 к 2014	2014	2015	2016
Внеоборотные активы										
Основные средства	2598	2097	1 892	-501	-205	80,72%	90,22%	32,83%	44,32%	31,25%
Финансовые вложения	3	3	3	0	0	100,00%	100,00%	0,04%	0,06%	0,05%
Итого по разделу I	2601	2100	1 895	-501	-205	80,74%	90,24%	32,87%	44,38%	31,30%
Оборотные активы										
Запасы	5177	2431	2 412	-2746	-19	46,96%	99,22%	65,42%	51,37%	39,84%
Дебиторская задолженность	80	177	29	97	-148	221,25%	16,38%	1,01%	3,74%	0,48%
Денежные средства и денежные эквиваленты	55	24	1 718	-31	1 694	43,64%	7158,33%	0,70%	0,51%	28,38%
Итого по разделу II	5312	2632	4 159	-2680	1 527	49,55%	158,02%	67,13%	55,62%	68,70%
БАЛАНС	7913	4732	6054	-3181	1 322	59,80%	127,94%	100,00%	100,00%	100,00%

Анализ структуры активов сигнализирует о преобладании оборотных активов в валюте баланса. В целом, это абсолютно нормальное явление для торгового предприятия.

Но при этом, наблюдается резкое сокращение уровня запасов, которые главным образом представлены товарами для перепродажи. Помимо товаров для перепродажи в состав запасов также входят сырье и полуфабрикаты для направления деятельности ООО «Пищеторг», занимающегося общественным питанием (закусочная).

Можно предположить, что с 2015 года предприятие научилось обходиться меньшим объемом запасов. Однако по факту в конце 2014 года руководство компании решило вложить большую часть свободных денег в продовольственные запасы, опасаясь высоких темпов инфляции, вызванных валютными колебаниями, имевшими место быть в декабре 2014 года. Для наглядности изобразим структуру активов ООО «Пищеторг» на рисунках 1 и 2.

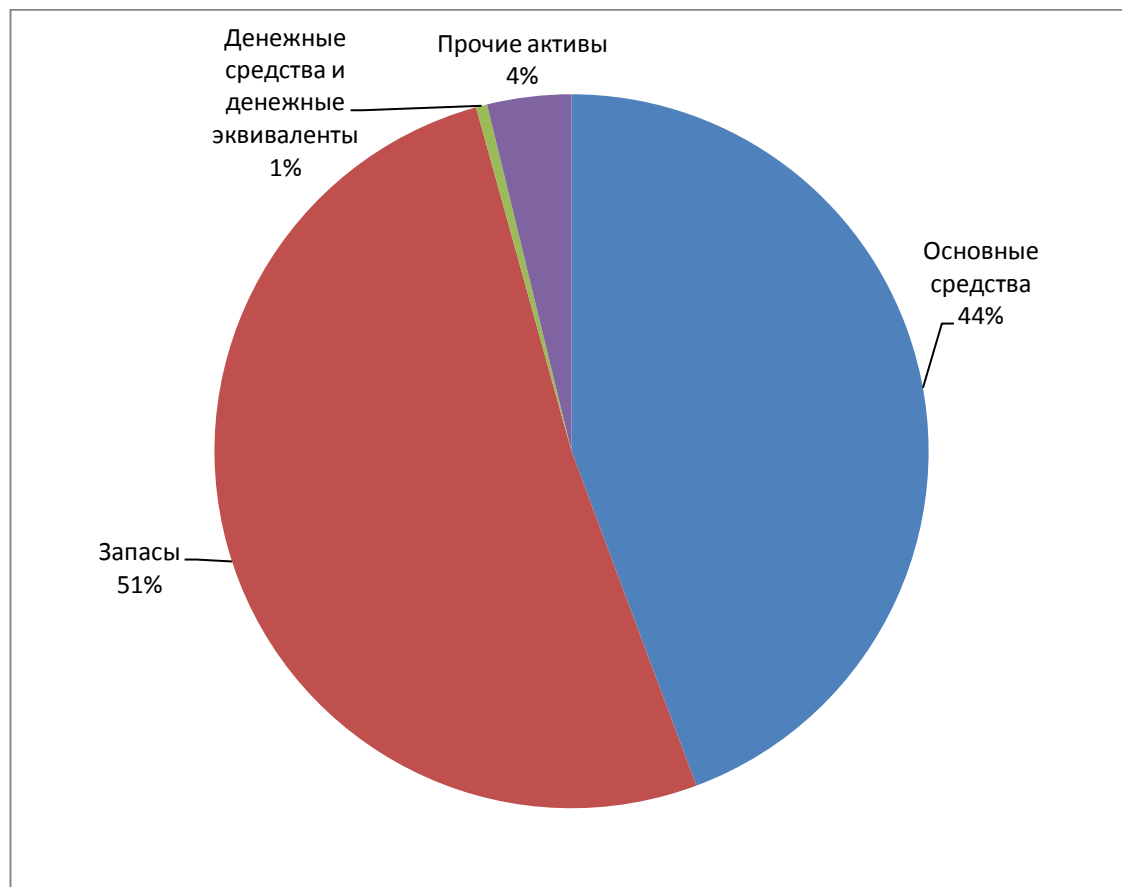


Рисунок 1 – Структура активов ООО «Пищеторг» в 2015 г.

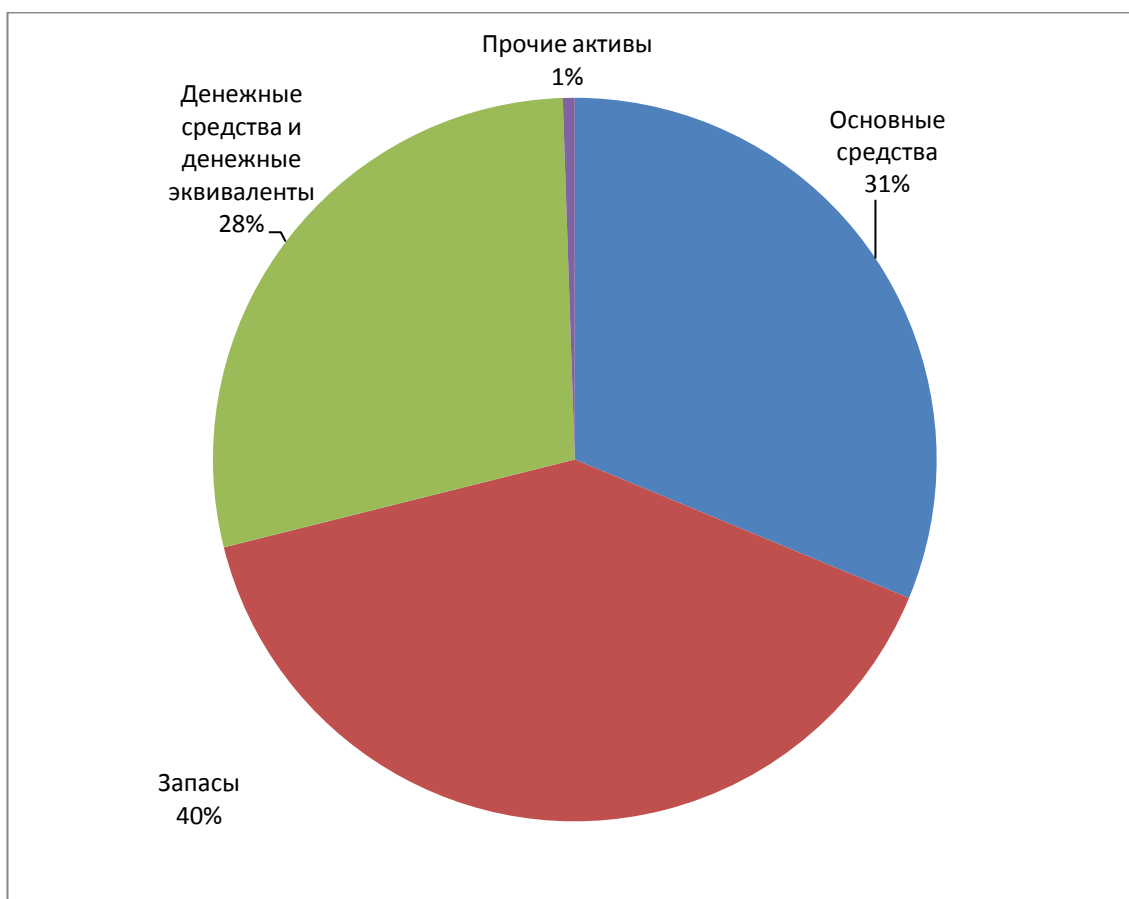


Рисунок 2 – Структура активов ООО «Пищторг» в 2016 г.

Ещё одно обстоятельство, бросающееся в глаза, заключается в баснословном росте остатка денежных средств. Это вызвано тем, что в январе 2017 года ожидалось, и по факту произошло, крупные выплаты дивидендов учредителям, а также премии руководящему персоналу по итогам работы предприятия за год. Именно для этого денежные средства и были отложены в декабре 2016 года.

Дебиторская задолженность хоть и претерпевает резкие изменения на протяжении анализируемого периода, в процентном соотношении к валюте баланса находится на очень низком уровне. Поэтому причины изменения дебиторской задолженности не представляют большого интереса в рамках подготовки данной ВКР. Отметим лишь, что в ООО «Пищторг» дебиторская задолженность представляет собой авансы выданные поставщикам.

Рассмотрим структуру источников финансирования ООО «Пищторг» (таблица 4).

Таблица 4 – Анализ динамики и структуры пассивов ООО «Пищеторг» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Наименование	Фактические значения			Абсолютные отклонения		Темпы роста		Удельный вес		
	2014	2015	2016	2015 к 2014	2014	2015	2016	2015 к 2014	2014	2015
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ										
уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	287	287	287	0	0	100,00%	100,00%	3,63%	6,07%	4,74%
Добавочный капитал (без переоценки)	995	995	995	0	0	100,00%	100,00%	12,57%	21,03%	16,44%
Неразмещенная прибыль (непокрытый убыток)	262	457	3 253	195	2 796	174,43%	711,82%	3,31%	9,66%	53,73%
Итого по разделу III	1 544	1 739	4 535	195	2 796	112,63%	260,78%	19,51%	36,75%	74,91%
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА										
Итого по разделу IV	0	0	0	0	0					
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА										
заемные средства	800	500	0	-300	-500	62,50%	0,00%	10,11%	10,57%	0,00%
Кредиторская задолженность	5 569	2 493	1 519	-3 076	-974	44,77%	60,93%	70,38%	52,68%	25,09%
Итого по разделу V	6 369	2 993	1 519	-3 376	-1 474	46,99%	50,75%	80,49%	63,25%	25,09%

Имеется ярко-выраженная тенденция к росту собственного капитала и снижению заемных обязательств. Долгосрочных заимствований ООО «Пищеторг» не имеет. Это связано с тем, что предприятие не имело возможности взять кредит на долгосрочных условиях.

Рост собственного капитала объясняется желанием собственников бизнеса вкладывать свои средства в развитие предприятия из-за опасений обесценения денег по причине колебаний валютных курсов.

Добавочный капитал не изменяется на протяжении всего рассматриваемого периода. Интересным является история его происхождения. В 2012 году к ООО «Пищеторг» было присоединено другое общество с ограниченной ответственностью, в составе которого имелся добавочный капитал в размере 995 тысяч рублей. Весь капитал присоединяемого общества был прибавлен к капиталу ООО «Пищеторг».

Для наглядности представим структуру источников финансирования ООО «Пищеторг» в виде круговых диаграмм (рисунки 3 и 4).

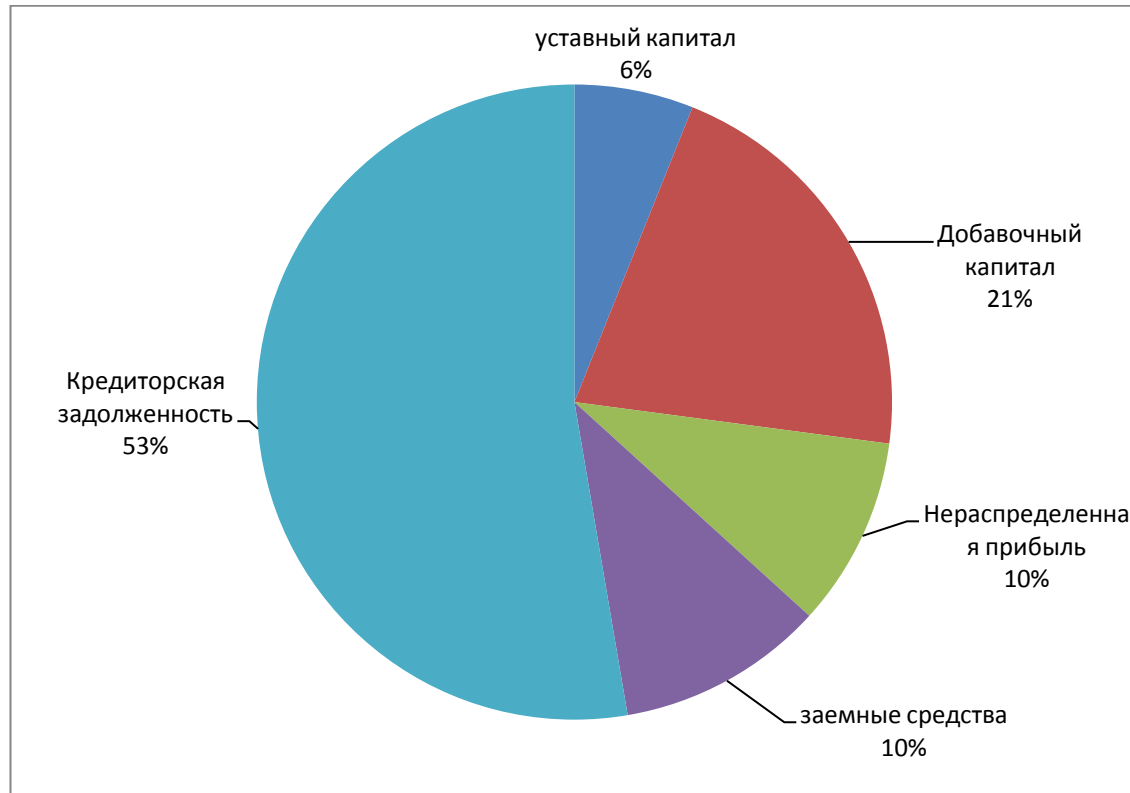


Рисунок 3 – Структура пассивов ООО «Пищеторг» в 2015 г.

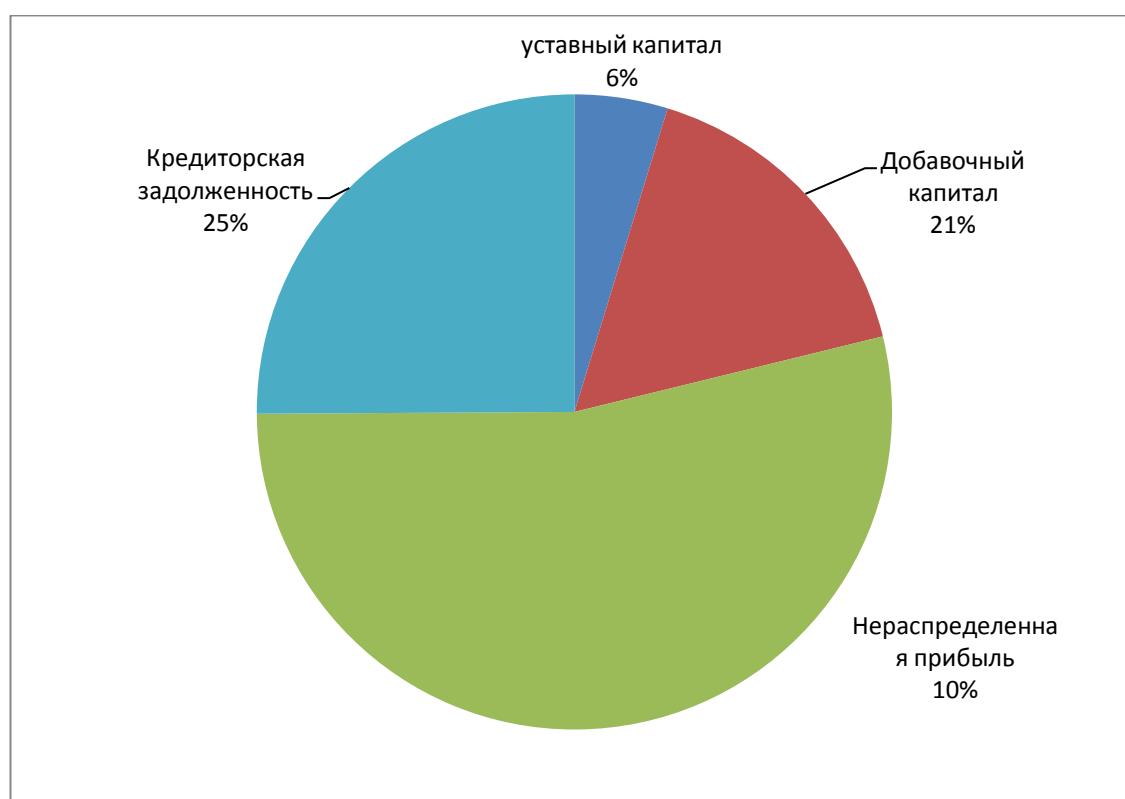


Рисунок 4 – Структура пассивов ООО «Пищеторг» в 2016 г.

Проанализируем ликвидность и платежеспособность ООО «Пищеторг».

В исследуемом периоде условия ликвидности баланса имели неоднородный характер (таблицы 5 и 6).

Таблица 5 – Анализ ликвидности баланса ООО «Пищеторг»

Активы по степени ликвидности, тыс. руб.				Обязательства по срокам погашения, тыс. руб.			
обозначение	2014	2015	2016	обозначение	2014	2015	2016
A1	55	24	1 718	П1	5 569	2 493	1 519
A2	80	177	29	П2	800	500	0
A3	5 177	2 431	2 412	П3	0	0	0
A4	2 601	2 100	1 895	П4	1 544	1 739	4 535

Таблица 6 - Оценка ликвидности баланса организации 2014-2016 гг.

	2014	2015	2016
$A_1 \leq P_1$	$A_1 \leq P_1$	$A_1 \leq P_1$	$A_1 \geq P_1$
$A_2 \leq P_2$	$A_2 \leq P_2$	$A_2 \leq P_2$	$A_2 \leq P_2$
$A_3 \geq P_3$	$A_3 \geq P_3$	$A_3 \geq P_3$	$A_3 \geq P_3$
$A_4 \geq P_4$	$A_4 \geq P_4$	$A_4 \geq P_4$	$A_4 \leq P_4$

Нет ни одного периода, в котором баланс являлся бы абсолютно ликвидным. Более того, при анализе ликвидности баланса выходят на первый план резкие перепады в структуре активов и пассивов ООО «Пищеторг». Это в свою очередь подтверждает гипотезу о ситуационном управлении на предприятии.

Таблица 7 – Показатели ликвидности и платежеспособности ООО «Пищеторг» в 2014-2016 гг.

Показатель	Нормативное значение	Абсолютные величины			Темп роста, %	
		2014	2015	2016	За 2015 год	За 2016 год
Общий коэффициент платежеспособности	Допустимое значение 1; чем больше, тем лучше	0,28	0,31	1,62	111,15	526,87
Коэффициент абсолютной ликвидности	Допустимое значение 0,2 – 0,5	0,01	0,01	1,13	92,86	14104,6
Коэффициент промежуточной ликвидности	Допустимое значение 0,7 – 0,8; оптимум 1	0,02	0,07	1,15	316,8	1712,56
Коэффициент текущей ликвидности	Допустимое значение 1,5; оптимум 2 – 3,5	0,83	0,88	2,74	105,44	311,35
Коэффициент мобильности имущества	Зависит от отраслевой принадлежности организации	2,04	1,25	2,19	61,37	175,11
Доля оборотных средств в активах	Зависит от отраслевой принадлежности организации	0,67	0,56	0,69	82,86	123,51
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	Допустимое значение 0,1; чем больше, тем лучше	-0,20	-0,14	0,63	68,93	-462,8

Установлено, что в 2014 и 2015 годах показатели ликвидности и платежеспособности были меньше нормативных значений. Это говорит о неспособности предприятия быстро расплатиться по своим обязательствам за счет денеж-

ных средств в частности или за счет оборотных активов в целом. В 2016 году ситуация меняется. Однако это связано с тем, что в конце 2016 годы были сконцентрированы средства на расчетном счете общества для выплат стимулирующего характера.

Таблица 8 – Показатели финансовой устойчивости ООО «Пищеторг» в 2014-2016 гг.

Показатель	Нормативное значение	Абсолютные величины			Темп роста, %	
		2014	2015	2016	За 2015 год	За 2016 год
Коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)	Максимум 1,5	4,13	1,72	0,33	41,72	19,46
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными источниками финансирования	Минимум 0,1; оптимум 0,5 и выше	-0,20	-0,14	0,63	68,93	-462,8
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	Оптимум 0,4 – 0,6	-1,46	-4,82	1,72	329,78	-35,66
Коэффициент финансирования	Минимум 0,67; оптимум 1,5	0,24	0,58	2,99	239,67	513,84
Коэффициент финансовой устойчивости	Минимум 0,6	-1,46	-4,82	1,72	329,78	-35,66
Удельный вес заемных и привлеченных средств	Оптимум 0,6 – 0,4	0,80	0,63	0,25	78,58	39,67
Коэффициент маневренности собственных средств	оптимум 0,5 - для материалоёмких предприятий	-0,68	-0,21	0,58	30,32	-280,43
Коэффициент обеспеченности перманентного капитала собственными оборотными средствами	Зависит от отраслевой принадлежности организации	-0,68	-0,21	0,58	30,32	-280,43
Коэффициент финансовой зависимости (финансовой маневренности)	Оптимум 2,5 – 1,67	-0,68	-0,21	0,58	30,32	-280,43

Показатели финансовой устойчивости находятся около нормативных значений лишь в 2016 году, в предшествующие 2 периода финансовая устойчивость отсутствует по причине высокого уровня кредиторской задолженности и относительно небольшой величины собственного капитала.

В практике финансового анализа для определения типа финансовой устойчивости принято использовать трехкомпонентную методику, основанную на определении излишка или недостатка собственных средств предприятия для формирования запасов. В рамках текущей ВКР был проведен подобный анализ (таблица 9).

Таблица 9 – Трехкомпонентная модель определения типа финансовой устойчивости ООО «Пиццеторг»

Показатель	Абсолютные величины, тыс. руб.		
	2014	2015	2016
Обеспеченность запасов источниками формирования, в т.ч.:			
-излишек (недостаток) собственных средств в обороте для формирования запасов	-6 234	-2 792	228
-излишек (недостаток) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов (ИФЗ)	-6 234	-2 792	228
-излишек (недостаток) общей величины основных ИФЗ	-5 434	-2 292	228
Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости	(0,0,0)	(0,0,0)	(1,1,1)
Тип финансовой устойчивости	0	0	1

Расчеты показали нетипичный переход предприятия из категории компаний с кризисным финансовым положением в категорию с абсолютной финансовой устойчивостью. Это объясняется большим остатком денежных средств и низким уровнем кредиторской задолженности, а также отсутствием кредитов и займов на конец 2016 года.

2.2. Анализ формирования финансового результата ООО «Пищеторг»

ООО «Пищеторг» относится к субъектам малого предпринимательства и использует упрощенную систему налогообложения. Это означает, что финансовый результат данного предприятия образуется путем вычитания из всех доходов общества понесенных им расходов. Итоговый результат после налогообложения представляет собой финансовый результат до налогообложения, уменьшенный на 15%. В силу того, что предприятие относится к субъектам малого предпринимательства, оно не обязано формировать отчет о финансовых результатах, который заполняют предприятия, применяющие общую систему налогообложения и ПБУ 18/02 для расчета налога на прибыль. Иными словами, отчет о финансовых результатах ООО «Пищеторг» формируется в упрощенной форме и содержит только 7 строк:

- выручка;
- расходы по обычной деятельности;
- проценты к уплате;
- прочие доходы;
- прочие расходы;
- налоги на прибыль (доходы);
- чистая прибыль.

Для полноценного анализа такой информации не достаточно. Поэтому в при прохождении преддипломной практики были проанализированы оборотно-сальдовые ведомости общества за 2014-2015 годы с целью выделения коммерческих (счет 44 «Расходы на продажу») и управленческих расходов (счет 26 «Общехозяйственные расходы»). Таким образом, в выпускной работе использовался аналитический вариант отчета о финансовых результатах, составленный на основе анализа бухгалтерских документов ООО «Пищеторг».

Рассмотрим состав и динамику изменения показателей отчета о финансовых результатах ООО «Пищеторг» (таблица 10).

Таблица 10 – Состав и динамика изменения показателей отчета о финансовых результатах ООО «Пищеторг» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Показатель	Абсолютные значения			Уд. вес в выручке			Темпы роста, %		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014
Выручка	27 983	32 972	28 453	100,00%	100,00%	100,00%	117,83	86,29	101,68
Себестоимость продаж	24 419	26 739	18 980	87,26%	81,10%	66,71%	109,5	70,98	77,73
Валовая прибыль (убыток)	3 564	6 233	9 473	12,74%	18,90%	33,29%	174,89	151,98	265,8
Коммерческие расходы	2 046	4 092	3 810	7,31%	12,41%	13,39%	200	93,11	186,22
Управленческие расходы	986	1 197	1 205	3,52%	3,63%	4,24%	121,4	100,67	122,21
Прибыль (убыток) от продаж	532	944	4 458	1,90%	2,86%	15,67%	177,44	472,25	837,97
Проценты к уплате	94	229	648	0,34%	0,69%	2,28%	243,62	282,97	689,36
Прочие доходы	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	\		
Прочие расходы	147	190	557	0,53%	0,58%	1,96%	129,25	293,16	378,91
Прибыль (убыток) до налогообложения	291	525	3 253	1,04%	1,59%	11,43%	180,41	619,62	1117,87
Единый налог	280	330	488	1,00%	1,00%	1,72%	117,86	147,88	174,29
Чистая прибыль	11	195	2 765	0,04%	0,59%	9,72%	1772,73	1417,95	25136,36

Доходы от реализации товаров в 2016 году находятся примерно на том же уровне, что и в 2014 году. Факт снижения выручки в 2016 году по сравнению с 2015 годом заставляет обратить на себя внимание. Безусловно, это сказывается на итоговом финансовом результате. Несмотря на снижение выручки, предприятию удалось существенно нарастить прибыль от продаж и, как следствие, чистую прибыль. С целью выяснения причины данных изменений чуть ниже будет представлен факторный анализ изменения прибыли организации.

Для наглядности отобразим изменение основных финансовых показателей в виде графика (рисунок 5)

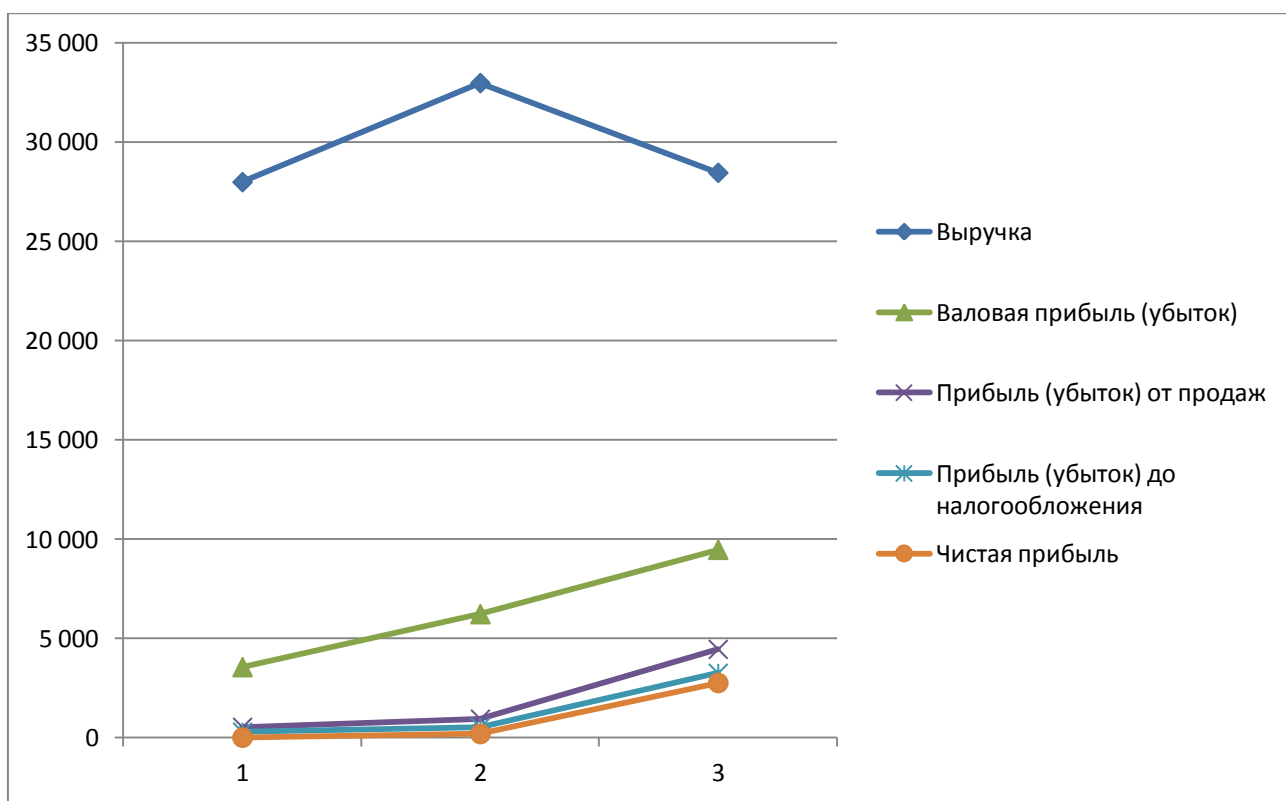


Рисунок 5 – Динамика основных финансовых показателей ООО «Пищеторг» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Двумя основными видами бизнеса ООО «Пищеторг» являются торговля продуктами питания в стационарной точке торговли (то есть ведение деятельности магазина продуктами питания), а также предоставление услуг общественного питания в закусочной. Структура доходов от этих видов бизнеса составляет примерно 80% на 20% соответственно на протяжении всего анализируемого периода. Расходы, которые отражены по строке себестоимость продаж,

также делятся примерно в соотношении 80% на 20% по указанным видам бизнеса.

Так как полноценный управленческий учет на предприятии не ведется, то коммерческие и управленческие расходы в разрезе видов бизнеса не делились.

Основную долю в составе постоянных расходов составляют коммерческие расходы (7-13% от выручки). Коммерческие расходы ООО «Пищеторг» представлены начислением амортизации по имуществу, используемому в торговых целях; заработной платой основного персонала торговой точки и закупочной, расходами на доставку и управление запасами, а также расходами на маркетинговые мероприятия (в том числе услуги мерчендайзеров).

Рассмотрим примерный состав и структуру коммерческих расходов за 2015 и 2016 гг.

Таблица 11 - Состав и структура коммерческих расходов 2016 года, тыс. р

Показатель	2014		2015		2016	
	Аб. знач.	Уд. вес, %	Аб. знач.	Уд. вес, %	Аб. знач.	Уд. вес, %
Амортизация основных средств, используемых в торговых целях	142	6,94%	336	8,21	178	4,67
З/пл. вместе с социальными отчислениями	832	40,66 %	2156	52,69	2324,1	61
Содержание основных средств, используемых в торговых целях	198	9,68%	242	5,91	228,6	6
Логистические расходы	853	41,69 %	1120,76	27,39	914,4	24
Расходы на рекламу и продвижение товаров	21	1,03%	237	5,79	165	4,33
Итого коммерческих расходов	2 046	100,00 %	4 092	100	3 810	100

Нельзя не заметить существенный рост коммерческих расходов в 2015 году по сравнению с 2014 годом. Основными факторами роста явились увеличение расходов на рекламу и маркетинговые мероприятия, а также рост зара-

ботной платы, главным образом за счет включение в штатное расписание 2-х категорийных менеджеров, занимающихся формированием ассортиментной политики предприятия. Такие преобразования были осуществлены руководством компании с целью повышения финансового результата.

В 2015 это не дало значимого эффекта. Однако уже 2016 ООО «Пищеторг» получило существенное повышение своей чистой прибыли.

Логистические расходы включают в себя затраты на доставку, хранения запасов, грузопереработку.

Проведем факторный анализ изменения показателей прибыли.

Таблица 12 - Исходные данные для факторного анализа изменения прибыли от продаж и прибыли до налогообложения ООО «Пищеторг» в 2015 г.

Показатель	Абсолютные величины, тыс. руб.		
	2014 год	в ценах, по удельной себестоимости 2014 года	в ценах, по удельной себестоимости 2015 года
Прибыль от продаж			
Доход	27 983	33 720	32 972
Затраты	27 451	32 715	32 028
Прибыль	532	1 006	944
Прибыль до налогообложения			
Доход	27 983	33 720	32 972
Затраты	27 692	33 160	32 447
Прибыль	291	560	525

Таблица 13 – Факторный анализ изменения прибыли от продаж и прибыли до налогообложения в 2015 году

Фактор	Расчет влияния изменения фактора на изменение прибыли			
	от продаж		до налогообложения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Объем продаж	109	26,47%	60	25,50%
Структура реализации	365	88,53%	209	89,50%
Затраты	-748	-181,64%	-748	-
Цена	687	166,64%	713	304,81%
Итого	412	100,00%	234	100,00%

Проведенный факторный анализ показал, что наибольшее влияние на изменение финансового результата в 2015 году оказали фактор цены и фактор затрат. В 2015 году из-за девальвации рубля по итогам 2014 года существенно возросла себестоимость товаров для перепродажи. По этой причине прибыль упала на 748 тыс. рублей. ООО «Пищеторг», как и многие другие торговые предприятия, попыталось компенсировать такой рост затрат повышением цен на свои товары и услуги. Это позволило увеличить прибыль от продаж на 687 тысяч рублей, а прибыль до налогообложения на 713 тысяч рублей. Также категорийные менеджеры предложили немного изменить структуру продаваемого товара, что положительно сказалось на изменении финансовых результатов.

Таблица 14 - Исходные данные для факторного анализа изменения прибыли от продаж и прибыли до налогообложения ООО «Пищеторг» в 2016 г.

Показатель	Абсолютные величины, тыс. руб.		
	2015 год	в ценах, по удельной себестоимости 2015 года	в ценах, по удельной себестоимости 2016 года
Прибыль от продаж			
Доход	32 972	27 775	28 453
Затраты	32 028	22 790	23 995
Прибыль	944	4 985	4 458
Прибыль до налогообложения			
Доход	32 972	27 775	28 453
Затраты	32 447	24 113	25 200
Прибыль	525	3 662	3 253

Таблица 15 – Факторный анализ изменения прибыли от продаж и прибыли до налогообложения в 2016 году

Фактор	Расчет влияния изменения фактора на изменение прибыли			
	от продаж		до налогообложения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Объем продаж	-149	-4,23%	-83	-3,03%
Структура реализации	4 190	119,23%	3 220	118,03%
Затраты	-1 205	-34,29%	-1 087	-39,85%
Цена	678	19,29%	678	24,85%
Итого	3 514	100,00%	2 728	100,00%

В 2016 году идея изменения структуры ассортимента продаваемой продукции принесла впечатляющие результаты. По причине изменения структуры реализации ООО «Пищеторг» увеличило свою прибыль от продаж на 4,2 млн. рублей. Однако физический объем продаж упал, что отрицательно сказалось на изменении показателей прибыли.

Под влиянием роста цен финансовые результаты работы компании выросли на 678 тысяч рублей.

Как следует из таблицы 15, прибыль до налогообложения под влиянием изменения структуры реализации выросла не столь значительно как прибыль от продаж. Это вызвано структурой расходов компании. В частности в 2016 году у предприятия выросли проценты к уплате. Учитывая, что в пассиве баланса на конец 2016 года нет кредитов и займов, можно предположить, что ООО «Пищеторг» активно использовало заемные средства в течение года, а к концу полностью по ним рассчиталось.

Также влияние структуры реализации на изменение прибыли до налогообложения объясняется ростом прочих расходов. Этот рост вызван особенностями бухгалтерского учета ООО «Пищеторг». Работая на упрощенной системе налогообложения, ООО «Пищеторг» обязано платить 15% от разницы между доходами и расходами, принимаемыми к учету. Однако при применении УСН предприятие должно помнить о понятии минимального единого налога в размере 1% от выручки. Если единый налог, рассчитанный традиционным способом, меньше минимального налога, то в этом случае фирма должна уплатить именно минимальный налог. Данная ситуация имела место быть в 2014 и 2015 годах, когда размер единого налога по данным бухгалтерского учета должен был составить 43 и 79 тысяч рублей соответственно. Минимальный же налог составил 280 и 330 тысяч рублей соответственно. Тем не менее, уплаченные налоги не пропадают бесследно. Разницу между фактически уплаченным и начисленным налогом можно принять в составе прочих расходов в течение следующих 10 налоговых периодов для уменьшения базы налогообложения.

Именно это и было сделано в 2016 году, поэтому так сильно выросли прочие расходы предприятия.

Таблица 16 – Расчет порога рентабельности ООО «Пищеторг» в 2014-2016 гг., тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016
Выручка	27 983	32 972	28 453
Переменные издержки	24 419	26 739	18 980
Валовая маржа	3 564	6 233	9 473
Постоянные издержки	3 032	5 289	5 015
Прибыль от продаж	532	944	4 458
Коэффициент валовой маржи в выручке	0,13	0,19	0,33
Коэффициент переменных расходов в выручке	0,87	0,81	0,67
Порог рентабельности (год)	23 806	27 978	15 063
Порог рентабельности (месяц)	1 984	2 332	1 255
Запас финансовой прочности	4 177	4 994	13 390
Запас финансовой прочности, %	14,93%	15,15%	47,06%
Число дней до «мертвой точки», дн.	306	305	191

В первые 2 года рассматриваемого периода запас финансовой прочности был очень низок, однако вырос к 2016 году за счет грамотной ассортиментной политики и предприятие вышло на более стабильные результаты своей работы.

Таблица 17 – Расчет показателей оборачиваемости ООО «Пищеторг» в 2015-2016 гг.

Козф. оборачиваемости	2015	2016	2016 год, исходя из реализации 2015 года	Отклонение		
				всего	в т.ч. за счет изменений	
					Вр (себ. продаж)	уровня актива
1	2	3	4	5	6	7
Активы	5,215	5,276	6,114	0,061	-0,838	0,899
Оборотные активы	8,301	8,380	9,710	0,079	-1,331	1,409
Основные средства	14,046	14,266	16,531	0,220	-2,266	2,486
Собственный капитал	20,087	9,070	10,511	-11,016	-1,441	-9,576
Запасы	7,029	8,003	11,042	0,974	-3,039	4,013
Денежные средства	834,734	32,667	37,855	-802,067	-5,188	-796,879
Дебиторская задолженность	256,591	276,243	320,117	19,651	-43,874	63,525
Кредиторская задолженность	6,633	9,661	13,330	3,028	-3,668	6,696

Практически по всем видам ресурсов наблюдается увеличение скорости оборота в хозяйственной деятельности. Исключение составляют собственный капитал (по причине увеличения нераспределенной прибыли) и денежные средства (по причине концентрации денежных средств в декабре 2016 года).

Отметим, что изменение выручки (её падение) отрицательно сказалось на изменении оборачиваемости, а изменение уровня актива благотворно сказалось на росте оборачиваемости. Это означает, что в связи с уменьшением размера используемого ресурса коэффициент оборачиваемости вырос. Исключением по-прежнему являются собственный капитал и денежные средства.

Подводя итог работы ООО «Пищеторг» за период 2014-2016 гг., можно сформулировать следующие выводы:

- в деятельности предприятия присутствуют факты ситуационного управления, и, как следствие, наблюдается отсутствие системного управления финансовыми показателями организации;

- в недавнем прошлом предприятие испытывало сложности с финансовой устойчивостью и независимостью;

- в настоящее время компании удалось изменить структуру реализации, что повысило её итоговый финансовый результат 3 220 тысяч рублей;

- имеется резерв повышения финансового результата за счет наращивания объема продаж и снижения затрат.

2.3. Разработка и обоснование рекомендаций по повышению финансового результата ООО «Пищеторг»

Рассмотрение состава, содержания бухгалтерской отчетности за 2014-2016 гг. и результаты проведенного анализа финансовых результатов ООО «Пищеторг» позволили сделать следующие выводы и сформулировать рекомендации:

1. По результатам проведенного анализа структуры доходов предприятия за 2014-2016 гг., можно констатировать, что помимо выручки от основной деятельности других доходов организация не имеет.

2. Анализ структуры расходов предприятия (таблица 10 и 11) показал, что расходы организации в 2016 году по сравнению с предыдущим периодом снизились на 7, 24 млн. рублей, снижение составляет 9 %. Причем наблюдается очень быстрое уменьшение прямых расходов предприятия, что, безусловно, является положительным моментом.

3. Прибыль от продаж выросла в 2016 г. на 3,5 млн. рублей, что почти в 5 раз превосходит значение прошлого года. Главными факторами в таком развитии ситуации явились изменение структуры реализации в пользу более выгодной продукции, что привело к росту прибыли от продаж на 4.2 млн. руб., и увеличение себестоимости проданной продукции, что в некоторой степени снизило положительный эффект первого фактора.

4. Прибыль до налогообложения увеличилась в 2016 году на 2.7 млн. руб., или в 6 раз. Затраты также как и в случае с прибылью от продаж оказали отрицательное воздействие на изменение прибыли до налогообложения (падение на 1,9 млн. руб.) Однако прочие факторы оказали положительное воздействие на изменение налогооблагаемой прибыли.

5. Проведена оценка качественных показателей, характеризующих финансовый результат. Валовая прибыль (маржинальный доход) в отчетном году по сравнению с предыдущим годом увеличился на 3,25 млн. руб. или на 52 %, а выручка от продаж снизилась на 4,5 млн. руб. или на 14 %. Порог рентабельно-

сти, в предыдущем году составлял 28 млн. руб., в 2016 году 15 млн. руб. Объем продаж составил в 2015 году 33 млн. руб. и в 2016 году –28,5 млн. руб., что превышает порог рентабельности продаж. Отсюда следует, что деятельность предприятия в 2015 и 2016 гг. была безубыточной, рентабельной.

6. Достигнутый в отчетном периоде процент запаса финансовой прочности в 2016 году в размере 47 % говорит о том, что деятельность предприятия имеет в настоящий момент низкую степень риска.

7. Эффективность использования финансовых результатов может быть рассмотрена на примере оценки коэффициентов рентабельности (таблица 18).

Таблица 18 – Основные показатели рентабельности ООО «Пищеторг» в 2015-2016 гг.

Показатель	Абсолютные величины		Изменения	
	2015	2016	темпа роста	темпа прироста
Общая рентабельность продаж	2,86%	15,67%	547,25%	447,25%
Бухгалтерская рентабельность продаж	1,59%	11,43%	718,03%	618,03%
Чистая рентабельность продаж	0,59%	9,72%	1643,15%	1543,15%
Чистая рентабельность активов (экономическая рентабельность)	3,08%	51,27%	1662,34%	1562,34%
Чистая рентабельность собственного капитала	11,88%	88,14%	741,97%	641,97%
Валовая рентабельность продаж (коммерческая маржа)	18,90%	33,29%	176,12%	76,12%
Затратоотдача	2,95%	18,58%	630,34%	530,34%

Общая рентабельность продаж выросла в 2016 году в 5,5 раз. Бухгалтерская рентабельность за счет увеличения прибыли до налогообложения выросла в 7 раз. Наиболее сильным является рост чистой рентабельности продаж за счет роста итогового финансового результата в 2016 году, а также в связи с большой налоговой нагрузкой в 2015 году.

Для решения задач, поставленных в ВКР, был проведен факторный анализ основных показателей рентабельности.

Таблица 19 – Факторный анализ общей рентабельности продаж ООО «Пищеторг» за 2016 г.

Фактор	Влияние фактора	Сила воздействия фактора
Выручка	-15,43%	-120,48%
Себестоимость продаж	27,27%	212,96%
Коммерческие расходы	0,99%	7,74%
Управленческие расходы	-0,03%	-0,22%
Итого	12,80%	100,00%

Основными факторами роста рентабельности продаж в 2016 году явились снижение выручки и переход к более маржинальным товарам для перепродажи. Остальные два фактора повлияли незначительно.

Таблица 20 - Факторный анализ чистой рентабельности активов ООО «Пищеторг» за 2016 г.

Фактор	Влияние фактора	Сила воздействия фактора
Кoeffициент оборачиваемости капитала	0,04%	0,07%
Чистая рентабельность продаж	48,15%	99,93%
Итого	48,19%	100,00%

Фактически лишь чистая рентабельность продаж оказала влияние на изменение рентабельности активов ООО «Пищеторг».

Таблица 21 – Факторный анализ чистой рентабельности собственного капитала ООО «Пищеторг» за 2016 г.

Фактор	Влияние фактора	Сила воздействия фактора
Кoeffициент финансовой зависимости	-6,58%	-8,62%
Кoeffициент оборачиваемости капитала	0,06%	0,08%
Чистая рентабельность продаж	82,78%	108,54%
Итого	76,26%	100,00%

И снова чистая рентабельность продаж является единственным фактором, оказавшим существенное значение на рост рентабельности собственного капитала.

Таким образом, в результате проведенного анализа финансовых результатов ООО «Пищеторг», основной деятельностью которого является продажа продуктов питания, а также табачной и алкогольной продукции было выявлено, что финансовые результаты имеют разнонаправленную динамику с наметившейся тенденцией в последнем году к росту. Однако рост прибыли сопровождался снижением фактического объема продаж, что считается отрицательными факторами, и в 2016 году это привело к снижению прибыли от продаж. Проблемы управления прибылью на ООО «Пищеторг» не являются такими острыми, как на многих других предприятиях Пензенской области. В то же время, на наш взгляд, резервы увеличения финансового результата у данной организации есть. Рассмотрим их подробнее.

На рисунке 6 представлен комплекс мер по увеличению прибыли предприятия. Все эти меры должны учитываться в комплексе при разработке мероприятий по управлению финансовыми результатами.

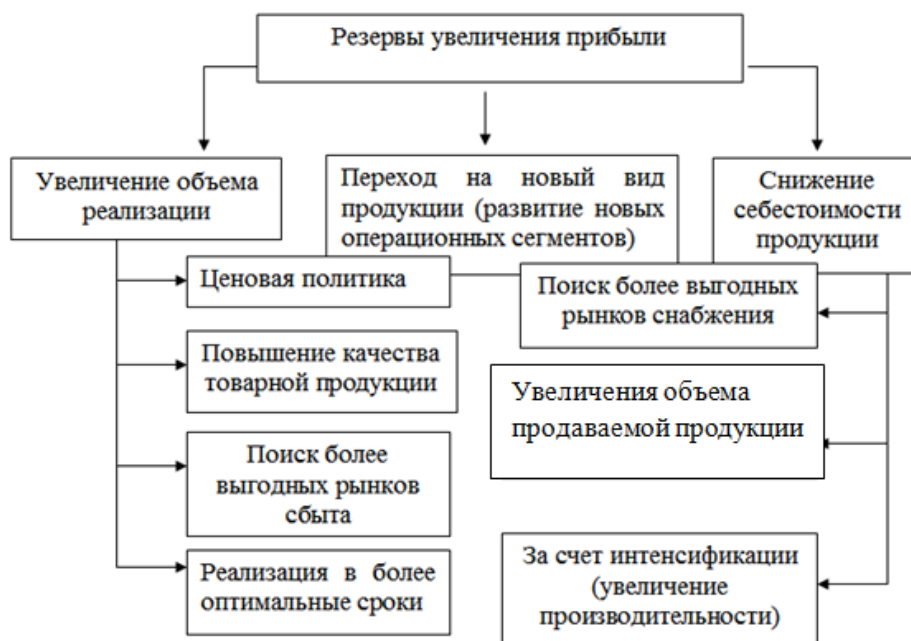


Рисунок 6- Блок-схема «Резервы увеличения прибыли»

Выявленные в результате анализа проблемы связаны с управлением финансовым результатов, и подразумевают 2 основных способа их решения – снижение затрат и повышение выручки.

Рассмотрим предложенные на схеме резервы в отдельности на предмет их применимости в деятельности ООО «Пищеторг».

Категорийные менеджеры, принятые на работу в 2015 году, вполне справляются с управлением фактором «ценовая политика». В данном направлении предприятию рекомендовано выработать соответствующие стандарты процессного управления и закрепить их в виде регламентирующих документов, для того, чтобы с уходом категорийных менеджеров из компании не был потерян механизм поиска более выгодной продукции для перепродажи.

Повышение качества продукции требует к себе особого внимания, так как из-за проблем с хранением продуктов питания они периодически портятся и это ведет к снижению финансового результата. Для того чтобы точнее планировать объемы закупок того или иного продукта рекомендуется применять XYZ-анализ. Этот метод позволит разделить все реализуемые продукты на 3 группы.

Метод XYZ анализа позволяет прогнозировать устойчивость спроса на продукции, объемы продаж и запасов. Использование метода высвобождает дополнительные ресурсы компании и оптимизирует их бизнес-процессы.

В классическом варианте XYZ-анализа при оптимизация ассортимента товаров к категории X относят товары, характеризующиеся стабильной величиной продаж, незначительными колебаниями в их продажах и высокой точностью прогноза. Значение коэффициента вариации находится в интервале от 0 до 10%.

Категория Y – товары, характеризующиеся некоторыми колебаниями потребности в них (например, сезонными) и средними возможностями их прогнозирования. Значение коэффициента вариации – от 10 до 25%.

Категория Z – товары, продажи которых нерегулярны и плохо предсказуемы, точность прогнозирования невысокая. Значение коэффициента вариации – свыше 25%.

Поиск более выгодных рынков сбыта в рамках основной деятельности заставит ООО «Пищеторг» прибегнуть к инвестициям во внеоборотные активы (строительство новых торговых точек). Чтобы оценить целесообразность по-

добных инвестиций без составления детализированного бизнес-плана не обойтись. Данный вопрос не является предметом рассмотрения в контексте текущей ВКР.

Благоприятным будет получение государственного заказа на поставку продуктов питания в муниципальные учреждения г. Кузнецка. Это не требует значительных дополнительных инвестиций. Процедура запроса котировок в рамках действующего законодательства не предполагает наличия специализированного оборудования для участников муниципальных и государственных торгов. Если участие в гос. контрактах выйдет на систематический уровень, то можно эту функцию поручить кому-то из действующих сотрудников за небольшую доплату, например 4 тысячи рублей в месяц. Стоимость обучения указанным навыкам в настоящее время составляет около 12 тысяч рублей. На первоначальном этапе имеет смысл сделать несколько пробных заявок кому-то из руководства компаний.

Реализация в более оптимальные сроки предполагает увеличение оборачиваемости запасов. Для этого необходимо разработать оптимальные размеры заказа для основных групп товаров. Выделить основные группы товаров можно с применением метода ABC-анализа.

Поиск более выгодных поставщиков подразумевает более активную работу с фермерскими хозяйствами Кузнецкого района.

В настоящее время ООО «Пищеторг» уже реализует товары местных производителей, что выгодно отличает его по цене и качеству от торговых сетей, представленных в районе месторасположения магазина и являющихся его прямыми конкурентами. Однако с большой уверенностью можно предположить, что в Кузнецком и ближайших районах найдется немало сельхозпроизводителей, которые бы продавали свою продукцию или предоставляли её на реализацию в ООО «Пищеторг» на выгодных условиях.

Для увеличения объема продаваемой продукции целесообразно увеличивать количество бюджетных рекламных акций с целью привлечения большего количества потенциальных клиентов.

В качестве резерва увеличения производительности труда можно было бы рекомендовать ООО «Пищеторг» развивать самообслуживание. Однако, учитывая менталитет местных жителей, это может привести к росту краж из магазина и росту неоплаты в закусочной. Поэтому данную меру считаем нецелесообразной.

Сокращение финансового цикла также является обязательным условием улучшения финансового результата. На длительность цикла влияет размер запаса, дебиторской и кредиторской задолженности. Сокращение цикла можно провести за счет сокращения периода оборота запасов и дебиторской задолженности, наращивания кредиторской задолженности.

Главный путь сокращения финансового цикла ООО «Пищеторг» – наращивание кредиторской задолженности. Следует учитывать, что кредиторская задолженность – это бесплатный источник денежных средств на предприятии. Но ее рост связан с увеличением рисков. А именно, рост кредиторской задолженности может снизить финансовую независимость предприятия, а просрочка – привести к прекращению отношений с поставщиками, разрыву контрактов, потере хорошей деловой репутации. Тем не менее основываясь на удельном весе заемных и привлеченных средств за 2016 год равном 25% (таблица 8), можно рассчитать резерв наращивая кредиторской задолженности без существенного подрыва финансовой устойчивости. Если учесть, что оптимальный удельный вес заемных и привлеченных средств находится в пределах от 40 до 60% по разным методикам, то наращивать кредиторскую задолженность можно на 59% до достижения ею 2,4 млн. руб. В этом случае удельный вес привлеченных и заемных средств составит при прочих равных условиях 40%.

Снижение порога рентабельности можно добиться увеличением валовой маржи. Валовая маржа – это разность выручки и переменных издержек или сумма постоянных издержек и прибыли. Наращивать валовую маржу можно повышая цену в пределах спроса или снижая переменные издержки. Уровень постоянных затрат показывает степень предпринимательского риска. Рассчита-

ем потенциальный финансовый результат в случае снижения переменных, постоянных и совокупных затрат при сохранении выручки на уровне 2016 года.

Таблица 22 - Прогнозный вариант расчета снижения затрат, тыс. рублей

Наименование показателя	2016 год (базисный период)	Уменьшение себестоимости продаж на 5%	Уменьшение постоянных затрат на 5%	Уменьшение совокупных затрат на 5%
Выручка	28 453	28 453	28 453	28 453
Себестоимость продаж	18 980	18 031	18 980	18 031
Управленческие расходы	1 205	1 205	1 145	1 145
Коммерческие расходы	3 810	3 810	3 620	3 620
Совокупные затраты	23 995	23 046	23 744	22 795
Прибыль от продаж	4 458	5 407	4 709	5 658
Чистая прибыль	2 765	3 572	2 978	3 785
Рентабельность продаж	9,72%	12,55%	10,47%	13,30%

Таким образом, по представленному в таблице 22 прогнозу расчета финансовых результатов видно, что себестоимость, коммерческие и управленческие расходы являются важным фактором формирования прибыли, и их недооценка не соответствующая принципам эффективного ведения хозяйственной деятельности, может привести к негативным последствиям. Напротив, учитывая, что себестоимость и постоянные и условно постоянные расходы являются основой прогнозирования торговой деятельности, можно добиться улучшения финансовых результатов за счет работы с этими факторами.

Так, снижение себестоимости продаж на 5 % , как следствие, приводит к увеличению показателей прибыли от продаж примерно на 1 млн. руб. и рентабельности продаж на 3 процентных пункта , что продемонстрировано в таблице 22.

Уменьшение постоянных расходов на 5 %, приводит к росту прибыли от продаж на 150 тыс.рублей, и рентабельности продаж на 0,75 процентных пункта.

Уменьшение совокупных затрат позволяет максимально увеличить прибыль от продаж на 1,2 млн. рублей, и способствует увеличению рентабельности продаж на 3,5 процентных пункта.

Как видно, при неизменном показателе «выручка» снижение себестоимости и постоянных затрат позволит увеличить прибыль от продаж, и как следствие рентабельность продаж.

Приведенные расчеты подтверждают целесообразность предложенных путей решения обнаруженных в результате проведенного анализа проблем.

Обобщая все вышесказанное в данной работе, можно сделать вывод, что правильное и своевременное выявление отрицательных факторов, влияющих на формирование финансовых результатов предприятия, а также незамедлительная разработка организационно-технических мероприятий по устранению выявленных недостатков, позволит улучшить финансовые результаты ООО «Пищеторг» и повысить эффективность его деятельности.

Заключение

Важнейшей составной частью информации о финансовом положении организации являются данные о формировании финансовых результатов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности организаций.

Функционирование предприятия независимо от видов деятельности и форм собственности в условиях рынка определяется его способностью приносить достаточный доход или прибыль. Прибыль предприятия характеризует эффективность его деятельности. Получение прибыли является непосредственной целью производства хозяйствующего субъекта в условиях рынка, так как она является основным источником финансовых ресурсов предприятия, обеспечивающим его функционирование и развитие.

К основным показателям финансовых результатов деятельности предприятия относят выручку от реализации продукции (работ, услуг), выручку нетто (общая выручка за вычетом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), балансовую прибыль, чистую прибыль.

Прибыль – это конечный финансовый результат деятельности предприятия, характеризующий абсолютную эффективность его работы. Для предприятия прибыль является показателем, создающим стимул для инвестирования в те сферы, где можно добиться наибольшего прироста стоимости.

Для проведения анализа данной работы была рассмотрена деятельность ООО «Пищеторг» за 2014 – 2016 годы.

В дипломной работе изложены теоретические и практические вопросы, касающиеся анализа финансовых результатов организации.

В первой главе изложены теоретические основы формирования финансового результата: понятие и определение финансового результата организации; виды анализа финансового результата; мероприятия направленные на увеличение прибыли.

Во второй главе исследованы показатели экономического состояния и дана оценка имущества предприятия; проведен анализ ликвидности и финансовой

устойчивости предприятия; анализ структуры и динамики доходов и расходов; анализ экономических характеристик; оценка рентабельности.

В заключительной части второй главе были даны рекомендации по повышению финансового результата, а также рассчитан эффект от 5-процентного снижения себестоимости, коммерческих и управленческих расходов.

Таким образом, обобщая результаты анализа формирования прибыли и рентабельности исследуемого предприятия можно сделать следующие выводы.

- в деятельности предприятия присутствуют факты ситуационного управления, и, как следствие, наблюдается отсутствие системного управления финансовыми показателями организации;

- в недавнем прошлом предприятие испытывало сложности с финансовой устойчивостью и независимостью;

- в настоящее время компании удалось изменить структуру реализации, что повысило её итоговый финансовый результат 3 220 тысяч рублей;

- имеется резерв повышения финансового результата за счет наращивания объема продаж и снижения затрат.

В выпускной квалификационной работе были сделаны рекомендации, которые позволят ООО «Пищеторг» увеличить свои финансовые результаты за счет увеличения объема продаж и снижения себестоимости, коммерческих и управленческих расходов.

Проведенные расчеты подтверждают целесообразность предложенных путей решения обнаруженных в результате проведенного анализа проблем.

Список использованных источников.

1. Гражданский кодекс РФ (часть 1) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 06.04.2015)
2. Налоговый кодекс (часть 2) от 02.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 06.04.2015)
3. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 06.04.2015) «Об акционерных обществах».
4. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99».
5. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99».
6. Абдукаримов, И. Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. - Москва: Инфра-М, 2013. - 214 с.
7. Абдукаримов, И.Т. Отчет о прибылях и убытках – основной источник информации для мониторинга и анализа финансовых результатов предприятия / И.Т. Абдукаримов // Социально-экономические явления и процессы. - 2013. - № 1. - С. 9-19.
8. Аудит: теория и практика: учебник для вузов / под ред. В.С. Карагода. – 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2012. – 666 с.
9. Анализ финансовой отчетности: Учеб. пособие / Под ред. О.В. Ефимова, М.В. Мельник и др. М.: Омега-Л, 2013. 388 с.
10. Байдыбекова, С. К. Система анализа финансовых результатов предприятия / Байдыбекова С. К. // Финансовый менеджмент. - 2013. - № 3. - С. 9-14. - Библиогр.: с. 14 (4 назв.)
11. Барсукова, М.А. Прибыль как показатель экономического анализа конкурентоспособности торговой организации / М.А. Барсукова // Экономические науки. - 2012. - № 6 (91). - С. 151-153.

12. Барышев С. Б., Концепция управленческого учета и анализа прибыли торговых организаций // Бухгалтерский учет. – 2012. - № 10. - С. 122-124.
13. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. - М. : ИНФРА-М, 2012. – 236с.
14. Булдакова, М.В. Методики диагностического анализа качества прибыли на примере ООО «Диана К» / М.В. Булдакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2013. - № 4 (19). - С. 14.
15. Васильев Ю.А. Готовимся к сдаче отчетности // Услуги связи: бухгалтерский учет и налогообложение. 2014. N2. с.5-13.
16. Губин, В. Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / В.Е. Губин, О.В. Губина. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. – 335 с.
17. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. практикум. учебник / О.В. Губина, В.Е. Губин. - Москва: Форум: Инфра-М, 2013. – 190 с.
18. Дусаева, Е. М. Управленческие решения на основе учета финансовых результатов / Е. М. Дусаева, С. Н. Коршикова, Т. Г. Тажибов // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. - 2012. - № 6 (38), ч. 2. - С. 185-187 : 2 табл. - Библиогр.: с. 187
19. Дейч, У. Ю. Влияние учетной политики на финансовый результат / У. Ю. Дейч // Вестник Иркутской государственной сельскохозяйственной академии. - 2013. - Вып. 58. - С. 123-128 : 1 табл. - Библиогр.: с. 128 (3 назв.).
20. Жулина, Е. Г. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Е.Г. Жулина, Н.А. Иванова. - Москва: Дашков И К, 2012. – 268 с.
21. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / под ред. В.И. Бариленко. - Москва: Форум, 2012. – 463 с.
22. Ковалев В.В., Анализ баланса, или как понимать баланс. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2014. 784 с.
23. Кирьянова, З. В. Анализ финансовой отчетности: учебник для бакалавров / З.В. Кирьянова, Е.И. Седова. - Москва: Юрайт, 2012. – 428 с.

24. Кирьянова, З. В. Анализ финансовой отчетности / З. В. Кирьянова, Е. И. Седова; Гос. ун-т упр. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 428 с.
25. Кистерова, Е. В. Бухгалтерская отчетность и анализ финансовых результатов / Е. В. Кистерова // Справочник экономиста. - 2013. - № 10. - С. 28-41.
26. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарьян С. Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркарьян – Ростов н/Д : Феникс, 2012. – 560 с.
27. Насазина, Л.А. Финансовый и управленческий анализ при проведении аудита прибыли организаций сферы услуг / Л.А. Насазина // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. - 2012. - № 1. - С. 160-163.
28. Нечитайло, А. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 363 с.
29. Полулех, М. В. Результаты деятельности как объекты бухгалтерского учета / М. В. Полулех // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. - 2013. - № 3. - С. 11-14.
30. Романова, Н.А. Сравнительный анализ динамики и состава финансовых результатов по РСБУ и МСФО / Н.А. Романова // Альманах современной науки и образования. - 2012. - № 7. - С. 121-126.
31. Рыжков, К. Оценка финансового состояния торговой организации / К. Рыжков // Аудит и налогообложение. - 2013. - N 11. - С. 24 - 28.
32. Соловьева Е. А. Методология анализа финансовых результатов торговой организации // Сибирский торгово-экономический журнал. - 2012. - №12. – С. 95-98.
33. Скамай, Л. Г. Экономический анализ деятельности предприятия : учебник / Л. Г. Скамай. - Москва: ИНФРА-М, 2014. – 376 с.
34. Фомин В.П., Татаровский Ю.А. Формирование и анализ показателей финансового состояния организации // Международный бухгалтерский учет. 2014.№6/ С. 30-38.

35. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия решений. Учебник / О.В.Ефимова. 4-е изд., испр. и доп. М.: Издательство «Омега-Л», 2013.

36. Шанин, И. И. Анализ показателей прибыли и рентабельности предприятия на примере коммерческого предприятия / И. И. Шанин // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. - 2014. - Т. 2. - №6(11). - С. 347-352.