

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
Кафедра «Финансы и кредит»

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Финансы и кредит

(наименование профиля, специализации)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему Направления повышения финансовых результатов предприятия (на примере ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти»)

Студентка

О.А. Евпалова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

А.А. Шерстобитова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой _____

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

«_____» _____ 201_____ г.

Тольятти 2016

Аннотация

Эффективность экономической деятельности измеряется при помощи показателей рентабельности – прибыльности или доходности капитала, ресурсов и продукции. Рентабельность предприятия отражает степень прибыльности его деятельности. Рентабельность, отражая результаты деятельности предприятия, позволяет измерять эффективность использования ресурсов, контролировать уровень доходности, планировать финансовые результаты на долгосрочную перспективу, то есть управлять деятельностью компании.

Цель работы – изучить теоретические аспекты анализа финансовых результатов, провести анализ деятельности предприятия и разработать мероприятия по улучшению финансовых результатов в деятельности рассматриваемого предприятия.

Объектом исследования является финансовый результат деятельности ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти».

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования и предложенные рекомендации могут быть использованы в исследуемой организации при планировании финансово-хозяйственной деятельности предприятия, с целью улучшения финансовых результатов хозяйствующего субъекта.

Бакалаврская работа составляет 79 страниц, имеет 3 главы, 50 использованных литературных источников.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, капитал, активы, деловая активность, затраты, финансовые результаты, экономическая эффективность.

Содержание

Введение.....	4
1. Теоретические основы финансовых результатов организации.....	6
1.1. Понятие, задачи и состав анализа финансовых результатов деятельности предприятия	6
1.2. Состав и динамика прибыли предприятия	9
1.3. Показателей рентабельности предприятия.....	14
2. Анализ финансовых результатов ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти»	19
2.1. Краткая характеристика компании.....	19
2.2. Анализ имущества предприятия и его источников	25
2.3. Анализ основных показателей, характеризующих финансовые результаты деятельности предприятия	34
3. Рекомендации, направленные на повышение финансовых результатов деятельности ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти».....	47
3.1. Проведение рекламной компании с целью повышения объема продаж	47
3.2 Мероприятие по замене поставщика сырья с целью снижения себестоимости продукции	55
Заключение	59
Список литературы	63
Приложение	67

Введение

В условиях рыночных отношений центр экономической деятельности перемещается к основному звену всей экономики - предприятию. Именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги. На предприятиях сосредоточены наиболее квалифицированные кадры. Здесь решаются вопросы экономического расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологии. На предприятии добиваются снижения до минимума издержек производства и реализации продукции.

Эффективность экономической деятельности измеряется при помощи показателей рентабельности – прибыльности или доходности капитала, ресурсов и продукции. Рентабельность предприятия отражает степень прибыльности его деятельности. Рентабельность, отражая результаты деятельности предприятия, позволяет измерять эффективность использования ресурсов, контролировать уровень доходности, планировать финансовые результаты на долгосрочную перспективу, то есть управлять деятельностью предприятия.

По значению уровня рентабельности можно оценить долгосрочное благополучие предприятия, то есть способность предприятия получать достаточную прибыль на инвестиции. Для долгосрочных кредиторов инвесторов, вкладывающих деньги в собственный капитал предприятия, данный показатель является более надежным индикатором, чем показатели финансовой устойчивости и ликвидности, определяющиеся на основе соотношения отдельных статей баланса.

Актуальность исследования вопросов, касающихся различных аспектов анализа финансовых результатов предприятия в том, что в сумме полученной предприятием прибыли и уровне рентабельности отражается эффективность использования трудовых, материальных и денежных

ресурсов, рост производительности труда и фондоотдачи основных производственных фондов, увеличения объема услуг и продукции, улучшения их качества, снижения себестоимости.

Таким образом, очевидна актуальность исследования вопросов, касающихся различных аспектов анализа финансовых результатов

Цель работы – изучить теоретические аспекты анализа финансовых результатов, провести анализ деятельности предприятия и разработать мероприятия по улучшению финансовых результатов в деятельности рассматриваемого предприятия.

Очевидно, что из цели работы следует решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты финансовых результатов деятельности предприятия;

- провести анализ деятельности ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти», изучить формирование показателей прибыли;

- разработать мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия

Объектом исследования является финансовый результат деятельности ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти».

Информационной базой работы послужили законодательные и нормативные акты Российской Федерации, регулирующие формирование и использование прибыли, финансовая отчетность ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» за 2013-2015 гг.

1. Теоретические основы финансовых результатов организации

1.1. Понятие, задачи и состав анализа финансовых результатов деятельности предприятия

Результативность предпринимательской деятельности характеризуется множеством разнообразных факторов, в числе которых приоритетная роль отводится показателю «финансовый результат».

Финансовый результат — обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (не эффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования [14, С. 81].

Положительным финансовым результатом для любой коммерческой организации является прибыль — абсолютный показатель эффективности. Именно прибыль создает основу для финансовой устойчивости предприятия, обеспечивает его платежеспособность, служит источником финансовых средств для удовлетворения материальных и социальных потребностей коллектива, за ее счет пополняются собственные средства владельцев компании, что дает им возможность проводить независимую финансовую политику и контролировать темпы развития организации.

Для владельцев бизнеса, а также для сторонних инвесторов, важен и другой, относительный, показатель эффективности — рентабельность, то есть доходность бизнеса. Как эффективно используются основные средства, трудовые ресурсы, материалы и сырье? Какова отдача бизнеса на каждый вложенный рубль? На эти и многие другие вопросы могут дать ответ коэффициенты рентабельности.

Абсолютный показатель — прибыльность — и относительный показатель — рентабельность — вместе дополняют друг друга и в совокупности дают наиболее полное представление об эффективности производства и менеджмента организации.

Всесторонне оценить эффективность компании как с точки зрения прибыльности, так и с точки зрения рентабельности позволяет анализ

финансовых результатов деятельности предприятия, представляющий собой один из видов комплексного анализа хозяйственной деятельности организации. Источником информации для его проведения являются данные бухгалтерской отчетности компании — например, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах», отчет об изменении капитала, отчет об изменении денежных средств, отчет об изменении капитала. Информацию для анализа можно получить также из бизнес-плана [22, С.259].

Исследователи (В.И. Бариленко [6], Н.В. Войтоловский [9], Б.И. Герасимов [10], О.В. Медведева [18]) определяют следующие задачи анализа финансовых результатов деятельности предприятия:

- оценка выполнения плана по прибыли, как по предприятию в целом, так и по его отдельным подразделениям;
- определение плановых и фактических темпов роста прибыли;
- анализ факторов, обуславливающих степень выполнения бизнес-плана и показателей динамики прибыли;
- оценка плана по рентабельности;
- анализ динамики рентабельности;
- выявление возможных резервов увеличения прибыли и рентабельности;
- выявление внутренних резервов повышения эффективности производства.

Выполнение поставленных задач возможно за счет проведения целенаправленного анализа финансовых результатов деятельности предприятия, который может включать следующие элементы.

Как правило, анализ финансовых результатов начинается с горизонтального анализа, в ходе которого необходимо оценить интересующие абсолютные показатели за анализируемый период. Затем приходит очередь вертикального анализа, в ходе которого используются относительные показатели и который посвящен исследованию структуры

финансовых результатов и их изменений в динамике. Потом идет трендовый анализ - изучается динамика финансовых результатов сразу за несколько отчетных периодов.

Важным элементом анализа финансовых результатов деятельности предприятия является интерпретация его итогов и разработка корректирующих мероприятий, направленных на повышение эффективности предприятия.

Классический порядок анализа финансовых результатов мы встречаем у Г.В. Савицкой [5]:

- анализ состава и динамики прибыли;
- анализ финансовых результатов от реализации продуктов и услуг;
- анализ ценовой политики предприятия и уровня среднереализационных цен;
- анализ прочих финансовых доходов и расходов;
- анализ рентабельности;
- определение резервов роста прибыли и рентабельности;
- анализ использования прибыли.

У В.И. Бариленко [6] несколько иной состав анализа финансовых результатов:

- анализ прибыли от продаж;
- анализ показателей рентабельности;
- определение безубыточного объема производства;
- анализ распределения и использования прибыли;
- подсчет резервов возможного увеличения прибыли и рентабельности;
- оценка прибыли на одну акцию.

Учитывая изложенное выше, предлагается использовать такой порядок анализа финансовых результатов, который позволяет не только оценить успешность и эффективность деятельности предприятия, но и дает

возможность разработать мероприятия по повышению прибыльности и рентабельности организации.

1.2. Состав и динамика прибыли предприятия

Характеристика роли прибыли предприятия в условиях рыночной экономики наглядно представлена на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 - Роль прибыли предприятия в условиях рыночной экономики

Следует отметить, что практически все организации, которые по результатам отчетного периода имеют убытки, в дальнейшем или прекращают свою деятельность или кардинально меняют ее, чтобы обеспечить впоследствии получение прибыли. Отсутствие прибыли в течение длительного времени, в конечном счете, приводит организацию к банкротству, поскольку она оказывается не в состоянии исполнять свои обязательства перед внешними и внутренними кредиторами, не имеет финансовых ресурсов для развития и внедрения новых технологий, для обеспечения социальной привлекательности своего предприятия. Поэтому именно прибыль в большинстве случаев является конечной целью предпринимательства.

Поскольку доходы и расходы классифицируются в зависимости от характера и предмета деятельности, то и конечная прибыль определяется в несколько этапов, представленных на рисунке 1.2 [55, с. 344].



Рисунок 1.2 - Формирование конечного финансового результата деятельности предприятия

При формировании финансового результата, в качестве которого выступает прибыль, хозяйствующий субъект должен использовать все разрешенные действующим законодательством источники, методы и формы.

При этом в качестве операционной деятельности рассматривают деятельность, связанную с производством промышленной продукции и товаров народного потребления, выполнением строительно-монтажных работ, перепродажей товаров и т.д.

Инвестиционная деятельность предприятия определяется как произведенные капитальные вложения на приобретение земельных участков, зданий и иной недвижимости, оборудования, нематериальных активов, а также с их продажей, осуществлением долгосрочных финансовых вложений в другие

организации, выпуском облигаций и других ценных бумаг долгосрочного характера и т.д.

Финансовая деятельность связывается с осуществлением краткосрочных финансовых вложений: предоставление займов, выпуск ценных бумаг, их продажа и т.п.

Процесс формирования прибыли и ее абсолютной величины, определяется множеством самых разнообразных факторов, которые можно подразделить на две большие группы: внутренние и внешние. В приложении 1 перечислены указанные факторы в данной группировке. Следует отметить, что в большинстве случаев внешние факторы не зависят от предприятия или не контролируются им. В то же время, при умелом управлении предприятием менеджеры имеют полную возможность воздействовать на факторы внутреннего характера [50, с. 43].

В условиях рыночных отношений прибыль составляет основу экономического развития хозяйствующего субъекта, поскольку получение прибыли является своеобразным гарантом укрепления финансового состояния предприятия, возможности осуществления расширенного воспроизводства, повышения его конкурентоспособности и платежеспособности, решения множества проблем социального и материального характера. Чем выше абсолютные показатели полученной прибыли, чем выше уровень ее капитализации, тем больше у предприятия возможностей для развития бизнеса без привлечения заемного капитала. При этом повышается уровень самофинансирования, обеспечивается реализация стратегических целей этого предприятия, повышаются конкурентные позиции на рынке.

Начинать следует с анализа состава, структуры и динамики прибыли. Данные для него берутся из формы бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах». Причем, очень важно определить динамику по

каждому виду прибыли в отдельности. Так, Н.В. Войтоловский выделяет следующие виды прибыли:

- валовая прибыль (выручка за минусом себестоимости продаж),
- прибыль от продаж (валовая прибыль за минусом постоянных расходов, включающих коммерческие и управленческие расходы),
- бухгалтерская прибыль (прибыль до вычета расходов по налогам),
- чистая прибыль (прибыль после налогообложения) [9, С. 135-136].

Известный экономист, Г.В. Савицкая дополняет этот список еще двумя видами прибыли:

- капитализированная прибыль (часть прибыли, которая идет на прирост активов),
- потребляемая прибыль (часть прибыли, которая идет на выплату дивидендов, персоналу и по социальным проектам) [22, С.258].

Некоторые исследователи (Г.В. Савицкая, В.И. Бариленко) едины во мнении, что при определении динамики прибыли следует учитывать и влияние инфляции на изменении объема полученной прибыли. В целом анализ размера, динамики и структуры прибыли позволяет оценить вклад основной деятельности компании — реализации произведенной продукции и оказываемых услуг — в конечный финансовый результат, а также определить эффективность использования заработанных средств.

Анализ состава и динамики прибыли важен еще и потому, что для разных групп заинтересованных лиц имеют значение разные виды прибыли. Например, собственников интересует размер чистой прибыли. Эти средства могут использоваться ими как для выплаты дивидендов, так и для инвестирования в развитии компании. Кредиторы обращают внимание на прибыль от продаж. Именно из нее происходят выплаты по процентам. Государство заинтересовано в прибыли до налогообложения (бухгалтерской прибыли) — у компании должны быть средства для выплат в бюджет.

Все эти задачи решает анализ состава и динамики прибыли. Как правило, делается это с помощью горизонтального и вертикального анализа.

На следующем этапе анализируется прибыль от продаж — важнейший показатель, который является таковым в силу того, что основные доходы организации приходятся как раз на реализацию производимой продукции и оказываемых услуг. При анализе финансовых результатов и их динамики необходимо базисные (либо плановые) показатели сравнивать с фактическими, а также особо учитывать влияние отдельных факторов на конечный результат. Так, прибыль от продаж зависит от объемов реализованной продукции, структуры производимых товаров, себестоимости и цены. Рост объема продаж не всегда ведет к пропорциональному росту прибыли: если увеличилась доля менее рентабельной продукции в общем объеме реализации, то ее вклад в рост прибыли будет меньшим, чем это было бы при увеличении доли более рентабельной продукции. Точный ответ на вопрос — как влияет ассортиментная политика предприятия на прибыль — дает анализ структуры производимой продукции. Рост удельного веса более рентабельной продукции предпочтительнее иной ситуации, когда растет удельный вес менее рентабельной или нерентабельной продукции. Зависимость прибыли от себестоимости — обратно пропорциональная: при росте себестоимости прибыль падает. А вот цены продукции на прибыль влияют напрямую: рост среднереализационных цен, подкрепленный ростом объема продукции, ведет и к росту прибыли.

Чтобы оценить вклад каждого фактора в конечный результат в абсолютных и относительных единицах необходимо провести факторный анализ. Результаты этого анализа дают повод сделать выводы о качественном и количественном влиянии каждого фактора на конечный финансовый результат. Предлагается взять в качестве образца методику факторного анализа, предложенную Г.В. Савицкой, — метод цепной подстановки. Сначала проводится расчет влияния факторов первого уровня на изменение

суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию (Таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Расчет влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию

Показатель прибыли	Факторы				Порядок расчета
	Объем продаж	Структура продаж	Цены	Себестоимость	
Π_0	t_0	t_0	t_0	t_0	$B_0 - Z_0$
$\Pi_{\text{усл } 1}$	t_1	t_0	t_0	t_0	$\Pi_0 \times I_{\text{рп}}$
$\Pi_{\text{усл } 2}$	t_1	t_1	t_0	t_0	$B_{\text{усл}} - Z_{\text{усл}}$
$\Pi_{\text{усл } 3}$	t_1	t_1	t_1	t_0	$B_1 - Z_{\text{усл}}$
Π_1	t_1	t_1	t_1	t_1	$B_1 - Z_1$

Затем рассчитывается изменение прибыли за счет каждого из факторов.

Формулы приведены в таблице (Таблица 1.2).

Таблица 1.2 - Изменение прибыли за счет каждого из факторов

Влияние фактора	Порядок расчета
Объем реализации продукции	$\Pi_{\text{усл } 1} - \Pi_0$
Структура реализованной продукции	$\Pi_{\text{усл } 2} - \Pi_{\text{усл } 1}$
Среднереализационные цены	$\Pi_{\text{усл } 3} - \Pi_{\text{усл } 2}$
Себестоимость реализации продукции	$\Pi_1 - \Pi_{\text{усл } 3}$

По итогам анализа делаются выводы о вкладе факторов в конечный финансовый результат.

1.3. Показателей рентабельности предприятия

Рентабельность является относительным показателем, характеризующим эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации.

Авторы современного экономического словаря Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. не дают отдельного понятия прибыльности, а определяют как «прибыльность фактора»: «Прибыльность

фактора – отношение прибыли, получаемой за счет использования определенного фактора производства, к величине этого фактора [25, с.322]. Фактически это обобщенное определение рентабельности.

Полнее понять эффективность деятельности предприятия позволяет анализ относительных показателей — показателей рентабельности. В ходе такого анализа изучаются, как правило, три больших группы показателей. Ю.П. Маркин [17, С. 431] и В.Г. Когденко [13, С. 128] выделяют следующие группы:

- рентабельность продаж,
- рентабельность производства,
- рентабельность капитала.

Что касается конкретных показателей рентабельности, то у разных авторов (В.Г. Когденко [13], Н.П. Любушкин [15], Ю.П. Маркин [17], Г.Н. Ронова [21]) идут разные наборы коэффициентов. Предлагается остановиться на системе, предложенной Г.Н. Роновой [21, С.82] (Таблица 1.3).

Таблица 1.3 — Показатели рентабельности

Показатель	Порядок расчета
Рентабельность продукции	Прибыль от продаж/Себестоимость x 100
Рентабельность производства	Прибыль до налогообложения / Оборотные активы + основные средства
Рентабельность совокупных активов	Прибыль до налогообложения / Совокупные активы
Рентабельность внеоборотных активов	Прибыль до налогообложения / Внеоборотные активы
Рентабельность оборотных активов	Прибыль до налогообложения / Оборотные активы
Рентабельность чистого оборотного капитала	Прибыль до налогообложения / Чистый оборотный капитал (Оборотные активы — краткосрочные обязательства)
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / Собственный капитал
Рентабельность продаж	Прибыль до налогообложения / Выручка

Анализ показателей рентабельности продаж позволяет сделать выводы о том, насколько выгодно компании производить выбранную продукцию и соответствует ли интересам организации проводимая ассортиментная политика.

Оценка рентабельности предприятия также показывает эффективность использования активов компании и ее производственной деятельности.

Выводы о рентабельности капитала иллюстрируют эффективность использования собственных средств и характеризуют уровень инвестиционной привлекательности компании.

Факторный анализ рентабельности продукции позволит сделать вывод о том, как факторы внесли свой вклад в конечный финансовый результат и в чем причина имеющегося показателя рентабельности продукции. Предлагается для факторного анализа воспользоваться методикой Г.В. Савицкой.

Уровень рентабельности продукции зависит от трех факторов первого порядка:

- изменения структуры реализованной продукции,
- себестоимости,
- средних цен реализации.

Для выявления влияния каждого из факторов, надо сначала провести расчет влияния факторов первого уровня на изменение показателя рентабельности продукции в целом по предприятию (Таблица 1.4).

Таблица 1.4 - Расчет влияния факторов первого уровня на изменение показателя рентабельности продукции в целом по предприятию

Показатель рентабельности	Факторы				Порядок расчета
	Объем продаж	Структура продаж	Цены	Себестоимость	
R_0	t_0	t_0	t_0	t_0	Π_0 / Z_0
$R_{\text{усл } 1}$	t_1	t_0	t_0	t_0	$\Pi_{\text{усл } 1} / Z_{\text{усл } 1}$

$R_{\text{усл } 2}$	t_1	t_1	t_0	t_0	$\frac{\Pi_{\text{усл } 2}}{Z_{\text{усл } 2}}$
$R_{\text{усл } 3}$	t_1	t_1	t_1	t_0	$\frac{\Pi_{\text{усл } 3}}{Z_{\text{усл } 3}}$
R_1	t_1	t_1	t_1	t_1	$\frac{\Pi_1}{Z_1}$

Затем вычисляется влияние каждого фактора на изменение рентабельности продукции.

Таблица 1.5 - Изменение рентабельности за счет каждого из факторов

Влияние фактора	Порядок расчета
Объем реализации продукции	$R_{\text{усл } 1} - R_0$
Структура реализованной продукции	$R_{\text{усл } 2} - R_{\text{усл } 1}$
Среднереализационные цены	$R_{\text{усл } 3} - R_{\text{усл } 2}$
Себестоимость реализации продукции	$R_1 - R_{\text{усл } 3}$

В заключении на основании полученных данных делается вывод о характере и степени влияния каждого из факторов на уровень рентабельности продукции.

Согласно методике проведения анализа основными источниками информации является отчет о финансовых результатах. Целью анализа Отчета является получение информативных параметров, дающих объективную и наиболее точную картину финансовых результатов деятельности предприятия.

Анализ Отчета о финансовых результатах решает следующие задачи:

1. Оценивает результативность деятельности предприятия.
2. Оценивает влияние факторов на финансовые результаты деятельности и эффективность использования активов.

Таким образом, в данной главе были рассмотрены следующие вопросы: понятие финансовых результатов, порядок их формирования, методологические основы анализа финансовых результатов и рентабельности и основные источники информации.

Финансовый результат организации складывается под влиянием различных факторов и представляют собой отношение доходов и расходов. Финансовый результат состоит из финансового результата от обычной деятельности и прочих результатов. [47, с.57].

Система показателей, характеризующих финансовый результат и рентабельность, является основой для проведения анализа, который включает в себя такие этапы, как анализ состава и динамики прибыли до налогообложения, прибыли от продаж, прочего финансового результата, факторный анализ, анализ рентабельности, подсчет резервов увеличения прибыли и рентабельности. [41, с.29]

В процессе проведения анализа используются традиционные приемы: сравнение, группировка, метод коэффициентов, факторный анализ и др. Основой для проведения анализа служит отчет о финансовых результатах.

2. Анализ финансовых результатов ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти»

2.1. Краткая характеристика компании

ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» расположено по адресу: 445350, Российская Федерация, г.Тольятти, ул.Голосова 16а.

Общество является юридическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и иные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Общество несет ответственность по обязательствам учредителей, связанным с его созданием, только в случае последующего одобрения их действий общим собранием участников.

Общество имеет круглую печать, содержащую полное наименование на русском языке и указание на место его нахождения.

Общество имеет гражданские права и несет обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральным законодательством.

Основные виды деятельности общества, определенные его Уставом:

- производство товаров народного потребления и продукции производственного назначения,
- производство, заготовка, переработка и хранение сельскохозяйственной продукции в соответствии с действующими санитарными и иными нормами,
- маркетинговая, издательская и рекламная деятельность;
- проектирование и строительство гражданских и промышленных объектов, оказание ремонтно-строительных услуг;

- оказание платных услуг физическим и юридическим лицам;
- торгово-закупочная деятельности и пр.

Основной и единственный вид предприятия на настоящий момент – производство и реализация шоколада и сахаристых кондитерских изделий.

Предприятие представляет собой единый производственно-хозяйственный комплекс взаимосвязанных производственных единиц. Производственная структура представлена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 - Производственная структура ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти»

В производственную структуру предприятия входят:

- основное производство: шоколадный цех, кондитерский цех, цех контроля и упаковки;
- вспомогательное хозяйство: механическая служба, энергетическая служба, строительная служба;

– обслуживающее хозяйство: складское хозяйство - склад сырья склад готовой продукции; участок экспедиции;

– магазин, через которые реализуется готовая продукция в г.Тольятти.

Производственная структура во многом определяет принципы организации производства на основных производственных участках. Организация производства на основных участках построена по технологическому принципу, где каждый из участков специализируется на выполнении части общего технологического процесса. Такой принцип организации производства обусловлен спецификой технологического процесса производства хлебобулочной продукции, обеспечивает технологическую специализацию каждого участка, облегчает руководство участками и их обслуживание.

На рисунке 2.2 показана организационная структура предприятия.

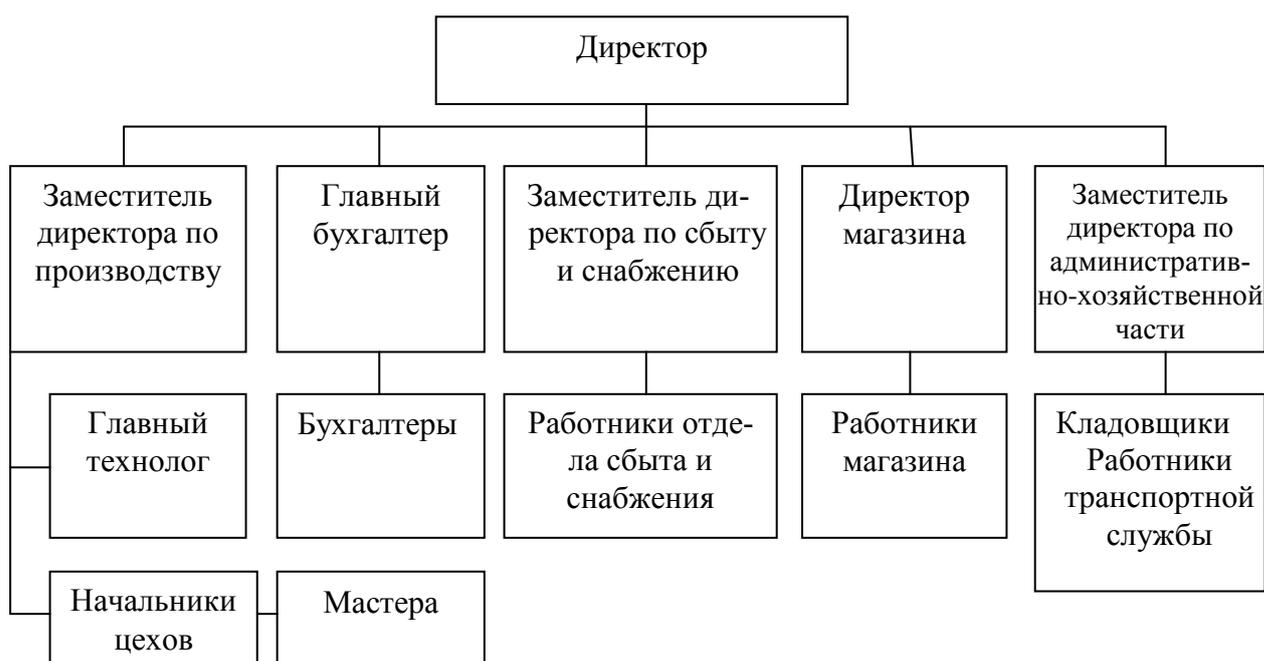


Рисунок 2.2 - Организационная структура ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти»

Для рассматриваемого предприятия характерна линейно-функциональная система управления, когда функциональные службы или отдельные специалисты в зависимости от выполняемых функций разрабаты-

вают программы работы производственных подразделений, которые согласовываются и утверждаются линейным руководителем. Подобное сочетание делает ее достаточно эффективной. При четкой системе взаимосвязей и полной ответственности происходит высвобождение линейных руководителей от решения несвойственных им вопросов.

Главные задачи, которые ставятся при управлении предприятием ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» заключаются в том, чтобы выпускать высококачественную продукцию в объемах и ассортименте соответствующую рыночному спросу, по приемлемым для целевой группы потребителей ценам, экономически выгодную для предприятия.

Система управления ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» включает в себя две подсистемы: управляющую и управляемую. В состав управляющей системы входят руководители функциональных подразделений и специалисты, возглавляемые директором предприятия. В качестве управляемой системы выступают основные и вспомогательные подразделения, обеспечивающие производственные процессы.

Директор предприятия определяет политику и стратегию управления предприятием, осуществляет функции планирования, координацию действий вторичного звена управления, решение общих организационных вопросов.

Заместитель директора по производству решает вопросы технологического обеспечения производства, несет ответственность за качество продукции, осуществляет ряд функций оперативно-производственного планирования.

Заместитель директора по сбыту и снабжению совместно с руководителями других подразделений предприятия участвует в формировании планов производства и реализации по объему и ассортименту; проводит ежемесячный, ежеквартальный анализ выполнения плана реализации и принимает меры по выполнению этих планов; отвечает за бесперебойность процесса поступления сырья и материалов; отвечает за организацию правильно хра-

нения готовой продукции; регулирует взаимоотношения с потребителями; участвует в рассмотрении и удовлетворении обоснованных рекламаций по проданной продукции. Заместитель директора по административно-хозяйственной части несет ответственность за состояние парка автотранспорта предприятия; регулирует процессы товародвижения на предприятии; отвечает за работу складского хозяйства. Главный бухгалтер отвечает за организацию бухгалтерского учета на предприятии, занимается составлением и ведением отчетности предприятия (балансов, смет и т.д.), осуществлением платежей. Существующая на предприятии структура управления, при которой директор непосредственно связан с главными специалистами по определенным функциям, позволяет оперативно принимать управленческие решения, благоприятно влияет на эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

Основные технико-экономические показатели представлены в таблице 2.1. Данные для анализа были взяты из финансовой отчетности предприятия за 2013-2015 г.г.

Таблица 2.1 - Анализ основных технико-экономических показателей

Показатель	2013 г.	2014г.	2015г.	Абс. откл. 2015г. от 2013г.	Темп роста 2015г. от 2013г.	Абс. откл. 2015г. от 2014г.	Темп роста 2015г. от 2014г.
Выручка, тыс.руб.	91632	83927	103618	11986	113,08	19691	123,46
Численность работников всего, чел.	380	375	380	-	-	5	101,33
Среднегодовая выработка одного работника, тыс.руб.	240	224	273	33	113,75	49	121,88
Фонд оплаты труда всех работающих	16742	17357	21882	5140	130,70	4525	126,07
Среднегодовая заработная плата одного работника	44	46	58	14	131,82	12	126,09
Себестоимость	86384	77565	99682	13298	115,39	22117	128,51
Валовая прибыль	5248	6362	3936	-1312	75,00	-2426	61,87
Коммерческие расходы	8	5	11	3	137,50	6	220,00
Прибыль от продаж	5240	6357	3925	-1315	74,90	-2432	61,74
Рентабельность продаж %.	5,72	7,57	3,79	-1,93	66,26	-3,78	50,07

Как видно из данных, представленных в таблице 2.1, объем продаж в 2015г. по сравнению с 2013г. вырос на 11986 тыс. руб. или на 13,085, а по сравнению с 2014г. на 19691 тыс.руб. или на 23,46%. Это является положительным фактором, так как наблюдается постоянное повышение объема реализации продукции. Последствия мирового финансового кризиса отразились на деятельности предприятия в 2014г. когда объем реализации снизился до 83927 тыс.руб., но в 2015г., предприятие достигло докризисных показателей и увеличила объем реализации до уровня 103618 тыс.руб.

Численность работников в 2015г., по сравнению с 2013г. осталась без изменений, а по сравнению с 2014г. увеличивалась 5 чел., или на 1,33% и составила 380 человек. Это вызвано увеличением спроса на производимую предприятием продукцию в 2015г. Выработка на каждого работника увеличилась в 2015г., по сравнению с показателем 2013г. на 33тыс.руб., а по сравнению с 2014г. на 49 тыс.руб. или на 21,88%.

По данным таблицы 2.1 видно, что себестоимость продукции в 2015г. увеличилась по сравнению с 2013г. на 13298 тыс.руб. или на 15,39%, а по сравнению с 2014г. на 22117 тыс.руб. или на 28,51%. Это вызвано не только увеличением объема продаж, но и увеличением стоимости сырья и повышением оплаты труда работников.

По данным таблицы 2.1 видно, что прибыль от продаж уменьшается, в 2015г. по сравнению с 2013г. на 1315 тыс. руб., а с 2014г. на 2432 тыс. руб., это связано с увеличением себестоимости продукции. Рентабельность продаж в 2015г. по сравнению с 2013г. уменьшается только на 1,93%, а по сравнению с 2014г. уменьшается на 3,78%.

Таким образом, можно сделать вывод, что деятельность предприятия за рассматриваемый период удовлетворительная, предприятие работает с прибылью, хотя в течении срока наблюдения прибыль сокращается, но в целом на фоне продолжающегося мирового кризиса, когда многие предприятия кондитерской отрасли обанкротились, это хороший результат.

2.2. Анализ имущества предприятия и его источников

Проведем оценку имущества предприятия основываясь на отчетные документы предприятия. Цель проведения анализа имущества предприятия – выявление общей стоимости, изменения размера имущества предприятия в исследуемом периоде, а также выделение в составе имущества оборотных (мобильных) и внеоборотных (иммобилизованных) средств и определение изменения их величины и структуры. Дать общую оценку имущества, находящегося в распоряжении предприятия позволяет актив баланса. Имущество предприятия – это основные фонды, оборотные средства и другие ценности, стоимость которых отражена в активе баланса. Данные аналитических расчётов приведены в таблице 2.2 и таблице 2.3.

Таблица 2.2 - Структура имущества (средств) предприятия за 2013-2014г.г.(тыс.руб.)

Показатели	на 31.12.2013		на 31.12.2014		Отклонение		Измен. уд. веса, п.п.
	тыс.руб	Уд. вес в стоимости имущества, %	тыс.руб	Уд. вес в стоимости имущества, %	Абс., тыс.руб.	Относ., %	
Всего имущества	68733	100,00	68863	100,00	130	0,19	0,00
Внеоборотные активы - всего	21254	30,92	30347	44,07	9093	42,78	13,15
Основные средства	20886	29,04	30014	43,01	9657	48,38	13,97
Отложенные налоговые активы	368	0,54	333	0,48	-35	-9,51	-0,05
Оборотные средства - всего	47479	69,08	38516	55,93	-8963	-18,88	-13,15
Запасы	25943	37,74	23094	33,54	-2849	-10,98	-4,21
Дебиторская задолженность	20439	29,74	15141	21,99	-5298	-25,92	-7,75
Денежные средства	17	0,02	253	0,37	236	1388,2 4	0,34
Прочие оборотные активы	1080	1,57	28	0,041	-1052	-97,41	-1,53

Анализируя в динамике показатели таблицы 2.2 можно отметить, что общая стоимость имущества предприятия увеличилась за 2014 год по сравнению с 2013г. на 130 тыс. руб., или на 0,19%.

При росте общей стоимости имущества предприятия в 2014 году по сравнению с показателями 2013г., следует вместе с тем, отметить, что рост произошел по внеоборотным активам на 9093тыс.руб. и составил на 31.12.2014г. – 30347тыс.руб., что на 42,78% выше показателя 2013г. Удельный вес внеоборотных активов в стоимости имущества предприятия увеличился на 13,15%. Основной рост внеоборотных активов произошел за счет покупки основных средств – на 48,38%. По позициям незавершенное строительство и отложенные налоговые активы произошло снижение на 57,19% и 9,51% соответственно.

Основное сокращение имущества предприятия произошло за счет оборотных средств предприятия в 2014г. по сравнению с 2013г. – 18,88%, причем в суммовом выражении это снижение составило 8963тыс.руб. Удельный вес оборотных средств в общей стоимости имущества предприятия сократился на 13,15%. Сокращение оборотных средств в 2014г. происходило за счет всех представленных позиций. Наибольшее сокращение произошло по позиции «Дебиторская задолженность с покупателями и заказчиками» на 12013 тыс.руб. в 2014г. по сравнению с показателем 2013г., или на 90,46%, что является положительным моментом в деятельности предприятия, хотя общая дебиторская задолженность снизилась лишь на 5298тыс.руб. или на 25,92%.

Следует отметить, что долгосрочной дебиторской задолженности у предприятия нет. Такое соотношение долгосрочной и краткосрочной дебиторской задолженности существенно уменьшает риск невозврата долгов. Но наличие непогашенной дебиторской задолженности на конец 2014 в сумме 15141 тыс.руб. свидетельствует об отвлечении части текущих активов

на кредитовании прочих дебиторов, фактически происходит иммобилизация этой части оборотных средств из производственного процесса.

В 2014 году отмечается сокращение суммы запасов – на 2849тыс.руб., или на 10,98 %, причем стоимость сырья увеличилась на 2759тыс. руб. или на 58,65%, а стоимость готовой продукции, напротив, сократилась на 5534тыс.руб. или на 26,33%. В целом удельный вес запасов в стоимости имущества сократился на 4,21%. Другие позиции актива баланса предприятия в общей стоимости имущества составляют лишь 1,681%(0,48+0,58+0,21+0,37+0,041), и существенно не повлияли на произошедшие изменения. На рисунке 2.3 показана структура имущества за 2013-2014г.г.

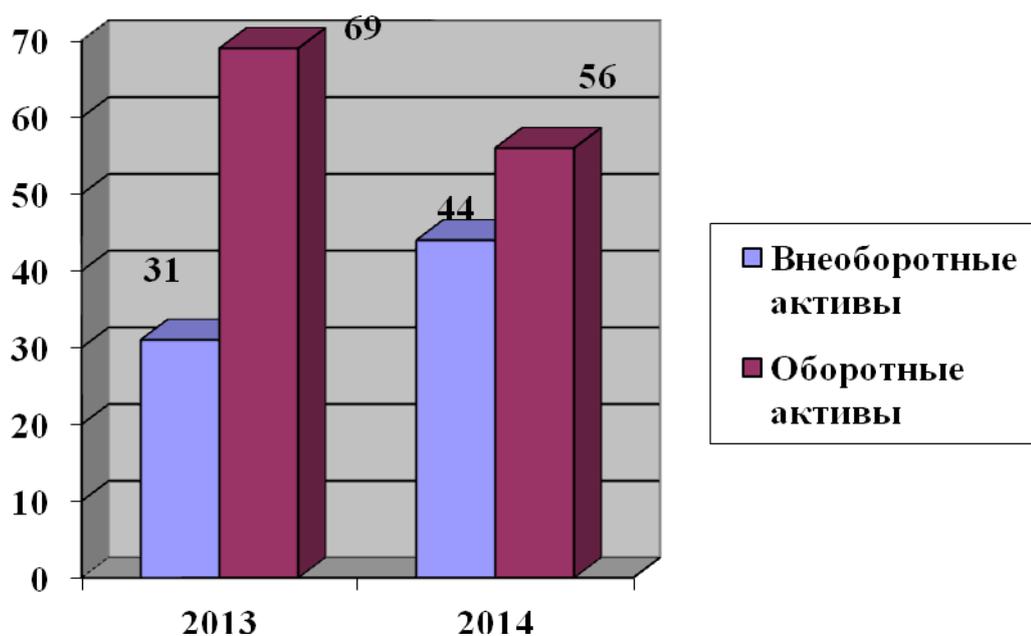


Рисунок 2.3 - Структура имущества за 2013 – 2014г.г., в %

Из представленного рисунка видно, что в 2014г. стоимость оборотных и внеоборотных активов почти сравнялись, а превышение доли оборотных активов составило 11,86% (55,93 – 44,07), в отличие от 2013г., где превышение составляло 38,16%(69,08 – 30,92). Анализ имущества за период 2014-2015г.г. представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Структура имущества (средств) предприятия за 2014-2015г.г.(тыс.руб.)

Показатели	на 31.12.2014		на 31.12.2015		Отклонение		Измен. Уд. веса, п.п.
	тыс.руб.	Уд. вес в стоим. имущ., %	тыс.руб.	Уд. вес в стоим. имущ., %	Абс., тыс.руб .	Относ., %	
Всего имуще- ства	68863	100,00	76959	100,00	8096	11,76	0,00
Внеоборотные активы - всего	30347	44,07	41768	54,27	11421	37,63	10,20
Основные сред- ства	30014	43,01	41609	42,54	3120	10,53	-0,47
Отложенные налоговые акти- вы	333	0,48	159	0,21	-174	-52,25	-0,28
Оборотные средства - всего	38516	55,93	35191	45,73	-3325	-8,63	-10,20
Запасы	23094	33,54	17083	22,20	-6011	-26,03	-11,34
Дебиторская задолженность	15141	21,99	16894	21,95	1753	11,58	-0,04
Денежные сред- ства	253	0,37	1214	1,58	961	379,84	1,21
Прочие оборот- ные активы	28	0,04	-	-	-	-	-

Анализируя в динамике показатели таблицы 2.2 и 2.3 можно отметить, что общая стоимость имущества предприятия в течении 2013-2015г.г. увеличивается , причем увеличение за 2015 год по сравнению с 2014г. составило 8096тыс. руб., или 11,76%.

При росте общей стоимости имущества в 2015 году по сравнению с показателями 2014г., следует отметить, что рост, как и в 2014г. произошел по внеоборотным активам на 11421тыс.руб. и составил на 31.12.2015г. – 41768тыс.руб., что на 37,63% выше показателя 2014г. Удельный вес внеоборотных активов в стоимости имущества предприятия увеличился на 10,20%. Основной рост внеоборотных активов произошел за счет строительства – 2140,15% , в стоимостном же выражении на 8475тыс.руб. и за счет покупки основных средств на 3120тыс.руб. или на 10,53%. По

позиции отложенные налоговые активы произошло снижение на 52,25%. Это говорит о намерении руководства расширять свой бизнес.

На рисунке 2. 4 показана структура имущества за 2014-2015г.г.

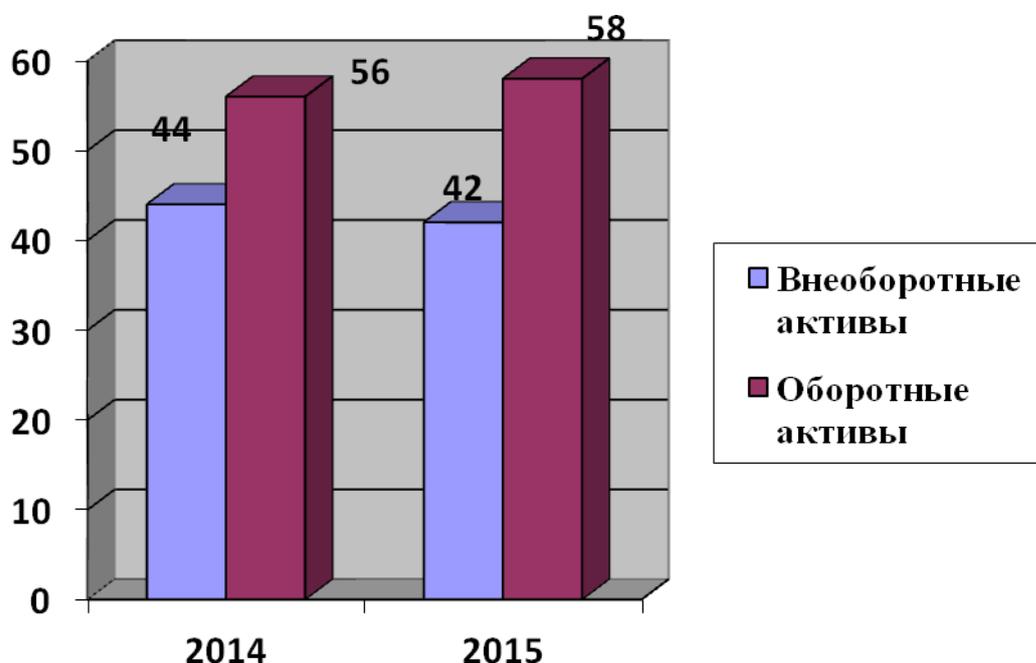


Рисунок 2.4 - Структура имущества за 2014 – 2015г.г., в %

Из представленного рисунка видно, что в 2015г. стоимость внеоборотных активов превысила стоимость оборотных на 6577 тыс.руб.(41768 – 35191) или на 8,54%(54,27 – 45,73).

Основное сокращение имущества предприятия как и в 2014г. по сравнению с 2013г. произошло за счет оборотных средств предприятия. В 2015г. по сравнению с 2014г. сокращение составило – 8,63%, причем в суммовом выражении это снижение составило 3325тыс.руб. Удельный вес оборотных средств в общей стоимости имущества предприятия сократился на 10,2%.

Сокращение оборотных средств в 2014г. происходило за счет снижения сырья и материалов на 95,02%, причем доля в общей стоимости имущества сократилась на 10,35%. По остальным позициям оборотных средств наблюдается рост.

Анализируя структуру имущества за период 2013-2015г.г., следует сделать вывод, что она претерпела существенные изменения. а именно - увеличение внеоборотных активов и уменьшения оборотных. Это говорит о отрицательной динамике в сторону уменьшения активов, которые можно быстро реализовать. Хотя есть и положительный фактор - это увеличение стоимости основных средств и незавершенного строительства, то есть предприятие расширяет свой бизнес, увеличивая производственные мощности.

Дать общую оценку источников средств предприятия позволяет пассив баланса. Для оценки данных пассива баланса составлена таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Состав и структура источников имущества за 2013-2014 гг. (тыс. руб.)

Показатели	на 31.12.2013		на 31.12.2014		Отклонение		Изм. уд. веса, п.п.
	тыс.руб.	Уд. вес в стоимости имущества %	тыс.руб.	Уд. вес в стоимости имущества, %	Абс., тыс.руб.	Относ., %	
Всего источников средств	68733	100,00	68863	100,00	130	0,19	0,00
Капитал и резервы - всего	18299	26,62	23881	34,68	5582	30,50	8,06
Уставный капитал	12600	18,33	12600	18,30	0	0,00	-0,03
Добавочный капитал	11143	16,21	11133	16,17	-10	-0,09	-0,05
Нераспределенная прибыль	-5444	-7,92	148	0,21	5592	102,72	8,14
Долгосрочные обязательства	73	0,11	41	0,06	-32	-43,84	-0,05
Отложенные налоговые обязательства	73	0,11	41	0,06	-32	-43,84	-0,05
Краткосрочные обязательства - всего	50361	73,27	44941	65,26	-5420	-10,76	-8,01
Краткосрочные кредиты и займы	35120	51,10	25466	36,98	-9654	-27,49	-14,12
Кредиторская задолженность - всего	15241	22,17	19475	28,28	4234	27,78	6,11

Данные представленные в табл. 2.4 показывают, что общее увеличение средств предприятия составило в 2014 году 130тыс. руб., или 0,19 %. Это увеличение получено за счёт увеличения собственных средств предприятия (на 5582 тыс. руб., или на 30,50 %), при этом произошло снижение заемных средств (на 5420 тыс. руб., или на 10,76 %). Удельный вес собственных средств предприятия в составе источников имущества в 2015 году увеличился на 8,06%. Увеличение собственных средств предприятия произошло за счет увеличения нераспределенной прибыли предприятия на 5592тыс.руб, или на 102,72%, при этом доля прибыли в составе источников имущества увеличилась на 8,14%. Положительным является снижение задолженности по займам и кредитам на 9654тыс.руб. или на 27,49, при этом доля заемных средств в составе источников имущества снизилась на 14,12%. Отрицательным фактором является увеличение задолженности поставщикам и подрядчикам на 3129тыс.руб, или на 23,55%, при этом удельный вес в составе источников увеличился на 4,60%.

На рисунке 2.5 показан состав источников имущества за 2013-2014г.г.

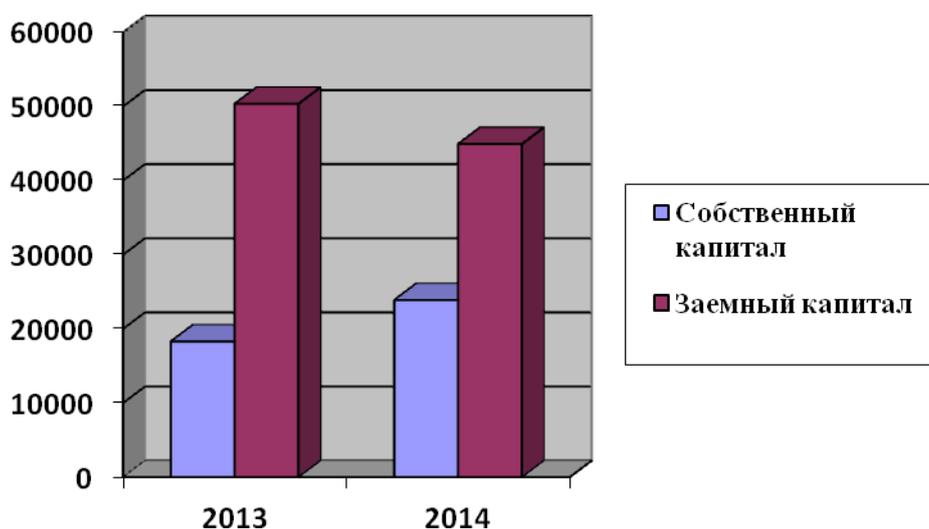


Рисунок 2.5 - Динамика состава источников имущества за 2013-2014г.г.

Из данных представленных на рисунке 2.5 видно, что собственные средства предприятия выросли на 5582тыс.руб., при этом заемные средства сократились на 5452тыс.руб.

Рост удельного веса собственных средств предприятия обусловлено существенным сокращением краткосрочных кредитов и займов в составе заемных средств и увеличением нераспределенной прибыли предприятия.

Проведем анализ источников имущества за период 2014-2015г.г.(табл.2.5).

Таблица 2.5 - Состав и структура источников имущества за 2014-2015 гг. (тыс. руб.)

Показатели	на 31.12.2014		на 31.12.2015		Отклонение		Изм. уд. веса, п.п.
	тыс.руб	Уд. вес в стоим. имущ., %	тыс.руб	Уд. вес в стоим. имущ., %	Абс., тыс.руб	Относ., %	
Всего источников средств	68863	100,00	78959	100,00	10096	14,66	0,00
Капитал и резервы - всего	23881	34,68	44356	56,18	20475	85,74	21,50
Уставный капитал	12600	18,30	12600	15,96	0	0,00	-2,34
Добавочный капитал	11133	16,17	11133	14,10	0	0,00	-2,07
Нераспределенная прибыль	148	0,21	20623	26,12	20475	13834,46	25,90
Долгосрочные обязательства	41	0,06	-13	-0,02	-54	-131,71	-0,08
Отложенные налоговые обязательства	41	0,06	-13	-0,02	-54	-131,71	-0,08
Краткосрочные обязательства - всего	44941	65,26	32616	41,31	-12325	-27,42	-23,95
Краткосрочные кредиты и займы	25466	36,98	5000	6,33	-20466	-80,37	-30,65
Кредиторская задолженность - всего	19475	28,28	27616	34,98	8141	41,80	6,69
Поставщики и подрядчики	16749	24,32	24437	30,95	7688	45,90	6,63
Задолженность персоналу предприятия	1155	1,68	998	1,26	-157	-13,59	-0,41

Задолженность перед государственными и внебюджетными фондами	286	0,42	192	0,24	-94	-32,87	-0,17
Задолженность по налогам и сборам	1285	1,87	1988	2,52	703	54,71	0,65
Прочие кредиторы	-	-	1	0,00	-	-	-

Данные табл. 2.5 показывают, что в пассиве баланса за период 2014-2015г.г. доля собственного капитала увеличилась с 34,68% до 56,18%, причем за счет статьи «Нераспределенная прибыль», чья доля в балансе возросла с 0,21% до 26,12%, и достигла показателя 25.90%.

За рассматриваемый период существенно сократилась доля краткосрочных обязательств на 23,95%. , при этом доля кредитов и займов снизилась на 30,65%. Отрицательным фактом является увеличение кредиторской задолженности на 8141тыс.руб. или на 41,80%, при этом выросла задолженность поставщикам и подрядчикам на 7688тыс.руб. или на 45%.

На рисунке 2.6 представлена динамика изменений источников средств предприятия за период 2014-2014г.г.

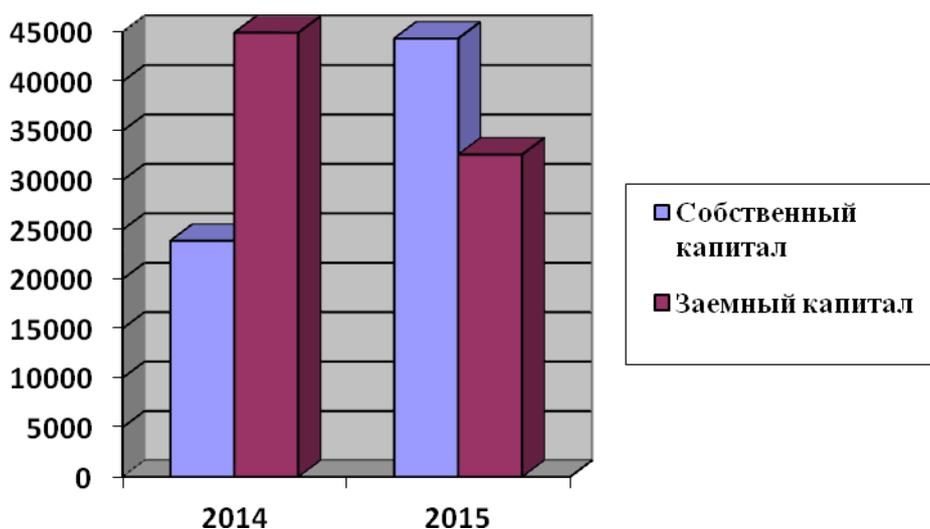


Рисунок 2.6 - Динамика состава источников имущества за 2014-2015г.г.

Из данных представленных на рисунке 6 видно, что собственные средства предприятия выросли на 20475тыс.руб., и превысили показатель заемных средств на 8722. Рост удельного веса собственных средств предприятия обусловлено существенным сокращением краткосрочных кредитов и займов в составе заемных средств и увеличением нераспределенной прибыли предприятия.

Таким образом, за рассматриваемый период 2013-2015г.г. в структуре имущества и его источников произошли существенные изменения. В структуре имущества в течении данного периода неуклонно росла доля внеоборотных активов за счет приобретения основных средств и строительства и на конец 2015г. доля внеоборотных активов превысила долю оборотных.

В структуре источников имущества доля заемных средств сокращалась, а доля собственных средств увеличивалась. Увеличение собственных средств происходило за счет увеличения прибыли предприятия, а сокращение заемных средств происходило за счет снижения доли кредитов и займов. В целом вертикальный анализ баланса предприятия позволяет считать его имущественное положение удовлетворительным.

2.3. Анализ основных показателей, характеризующих финансовые результаты деятельности предприятия

Анализируя коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость, платежеспособность и ликвидность можно сделать выводы о состоянии каждого коэффициента. Исходными данными для проведения анализа служит баланс предприятия форма 1 (Приложение 1).

1. Коэффициент независимости показывает долю собственных средств в общей сумме средств предприятия. Чем выше значение этого коэффициента, тем более финансово устойчива, стабильна и независима коммерческая организация ($\min K1 = 0,5$).

$$2013\text{г.} - K1 = 18299 / 68733 = 0,27$$

$$2014\text{г.} - K1 = 23881 / 68863 = 0,35$$

$$2015\text{г.} - K1 = 44356 / 76959 = 0,58$$

2. Коэффициент концентрации заемного капитала

$$2013\text{г.} - K2 = 50434 / 68733 = 0,73$$

$$2014\text{г.} - K2 = 44982 / 68863 = 0,65$$

$$2015\text{г.} - K2 = 32603 / 76959 = 0,42$$

Этим двум коэффициентам K1 и K2 должно удовлетворять условие: $K1 + K2 = 1$. Из представленных расчетов видно, что они удовлетворяют указанному условию.

3. Значение коэффициента соотношения заёмных и собственных средств (коэффициент задолженности), показывает сколько заемных средств привлекало предприятие на 1 руб. вложенных в активы собственных средств, нормативный показатель менее 1.

$$2013\text{г.} - K2 = 50434 / 18299 = 2,76$$

$$2014\text{г.} - K2 = 44982 / 23881 = 1,88$$

$$2015\text{г.} - K2 = 32603 / 44356 = 0,74$$

4. Коэффициент манёвренности собственных средств и коэффициент обеспеченности собственными средствами характеризует степень мобильности использования собственных средств. Показывает, какая часть собственных и долгосрочных средств используется для финансирования текущей деятельности, т.е. вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована. Чем больше коэффициент маневренности, тем большую часть занимают оборотные средства в собственных и долгосрочных источниках формирования. Нормативный показатель данного коэффициента более 0,5.

$$2013\text{г.} - K4 = (18372 - 21254) / 18372 = - 0,16$$

$$2014\text{г.} - K4 = (23922 - 30347) / 23922 = - 0,27$$

$$2015\text{г.} - K4 = (44343 - 41768) / 21344 = 0,12$$

5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами

2013г. - $K5 = 18299 / 50434 = 0,36$

2014г. – $K5 = 23881 / 44982 = 0,53$

2015г. - $K5 = 44356 / 32603 = 1,36$

6. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными и долгосрочными источниками их формирования.

2013г. - $K4 = (18372 - 21254) / 25943 = - 0,11$

2014г. – $K4 = (23922 - 30347) / 23094 = - 0,29$

2015г. - $K4 = (44343 - 41768) / 17083 = 0,12$

Основные рассчитанные показатели представим в виде таблицы 2.6.

Таблица 2.6 - Показатели финансовой устойчивости предприятия

Показатели	Норма	Годы			Откл. 2015 от 2013	Откл. 2015 от 2014
		2013	2014	2015		
Коэффициент независимости. К1	$\geq 0,5$	0,27	0,35	0,58	0,31	0,23
Коэффициент концентрации заемного капитала К2	$\geq 0,5$	0,73	0,65	0,42	-0,31	-0,23
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (коэффициент задолженности). К3	≤ 1	2,76	1,88	0,74	-2,02	-1,14
Коэффициент маневренности собственных средств. К4	$\geq 0,5$	-0,16	-0,27	0,12	0,28	0,39
Коэффициент обеспеченности собственными средствами К5	$\geq 0,5$	0,36	0,53	1,36	1,0	0,83
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными и долгосрочными источниками их формирования. К6	$\geq 0,5$	-0,11	-0,29	0,12	0,23	0,41

Коэффициент К1 в компании на конец 2015 года составляет 0,58, что выше рекомендуемой нормы на 0,18, следовательно, предприятие имеет заемных средств меньше, чем собственных. Это свидетельствует о финансовой зависимости предприятия.

Значение К3 свидетельствует, что в начале 2015 г. предприятие привлекало на каждый 1руб. собственных средств, вложенных в активы, 0,65руб. заемных средств. В течение 2015 года заемные средства снизились

до 0,42 руб. на каждый 1руб. собственных вложений. Тенденция постепенного снижения заёмных средств может еще в большей степени усилить независимость предприятия от привлечённых средств. В это выражается в постоянном росте нераспределенной прибыли с одновременным увеличением доли собственных средств, при этом доля заемных средств снижается.

К4 в течение 2013-2014г.г. имел отрицательное значение так, как у предприятия не было собственных оборотных средств, а в 2015 г. показатель стал положительным.

К5 в течение всего анализируемого периода увеличивался и на конец 2015г. он составлял 1,36. Увеличение данного коэффициента говорит о том, что предприятие обеспечено собственными средствами на 136%.

К6 в течение всего анализируемого периода ниже нормативного. На конец 2015 г. этот показатель составил 0,12, что свидетельствует о малой доле обеспеченности запасов и затрат собственными средствами и долгосрочными источниками.

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

Для характеристики источников формирования запасов и затрат используются следующие показатели, отражающие различную степень охвата разных видов источников:

1 Наличие собственных оборотных средств.

$$E^C = U^C - F \quad (2.7)$$

где U^C — собственные средства; F — внеоборотные активы.

Увеличение собственных оборотных средств по сравнению с предыдущим периодом свидетельствует о дальнейшем развитии деятельности предприятия.

2 Наличие собственных и долгосрочных источников средств в формировании запасов и затрат.

$$E^T = (UC + KT) - F \quad (2.8)$$

где K^T – долгосрочные пассивы

3 Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат

$$E^Y = (UC + KT + Kt) - F \quad (2.9)$$

где K^t – краткосрочные кредиты и займы

Трем показателям наличия источников средств в формировании запасов и затрат соответствуют 3 показателя обеспеченности запасов источниками их формирования.

1 Излишек (—) или недостаток (-) собственных оборотных средств

$$\pm E^C = E^C - Z,$$

2 Излишек (—) или недостаток {—} собственных и долгосрочных источников средств формирования запасов

$$\pm E^T = E^T - Z,$$

3 Излишек (+) или недостаток (-) общей величины средств для формирования запасов и затрат

$$\pm E^Y = E^Y - Z.$$

где Z — запасы и затраты.

Вычисление трех показателей обеспеченности запасов и затрат источниками средств для их формирования позволяет классифицировать финансовые ситуации по степени их устойчивости.

При определении типа финансовой ситуации используется трехкомпонентный показатель

$$S = \{S_1(\pm E^C): S(\pm E^T): S(\pm E^Y)\},$$

где функция $S(x)$ определяется следующим образом

1, если $x > 0$:

0, если $x < 0$.

Пользуясь этими формулами можно выделить 4 типа финансовых ситуаций:

1 Абсолютная устойчивость финансового состояния - когда все запасы затраты покрываются за счет собственных оборотных средств:

$$S = (1, 1, 1);$$

$$\pm E^C > 0;$$

$$\pm E^T > 0;$$

$$\pm E^Y > 0.$$

2 Нормальная устойчивость финансового состояния предприятия, гарантирующая его платежеспособность - когда все запасы и затраты обеспечиваются за счет собственных оборотных средств и долгосрочных кредитов и займов:

$$S = (0, 1, 1);$$

$$\pm E^C < 0;$$

$$\pm E^T > 0.$$

$$\pm E^Y > 0.$$

3 Неустойчивое финансовое состояние, сопряженное с нарушением платежеспособности, но при этом сохраняется возможность восстановления равновесия путем пополнения источников собственных средств:

$$S = (0, 0, 1);$$

$$\pm E^C < 0;$$

$$\pm E^T < 0;$$

$$\pm E^Y > 0.$$

4 Кризисное финансовое состояние, при котором предприятие находится на грани банкротства, так как денежные средства предприятия, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность не покрывают даже его кредиторской задолженности и краткосрочных ссуд.

$$S = (0, 0, 0):$$

$$\pm E^C < 0;$$

$$\pm E^T < 0;$$

$$\pm E^Y < 0.$$

Анализ обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования (анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости) по описанной выше методике целесообразно проводить, используя табл. 2.7.

Таблица 2.7 - Анализ финансовой устойчивости

Показатель	2013г.	2014г.	2015г.	Откл. 2015 г. от 2013 г.		Откл. 2015 г. от 2014 г.	
				тыс.руб.	%	тыс.руб.	%
Источники собственных средств, тыс.руб.	18299	23881	44356	26057	142,40	20475	85,74
Внеоборотные активы, тыс.руб.	21254	30347	41768	20514	96,52	11421	37,63
Наличие собственных оборотных средств, тыс.руб.	-2955	-6466	2588	5543	-187,58	9054	-140,02
Наличие собственных оборотных и долгосрочных заемных источников средств для формирования запасов и затрат, тыс.руб.	-2955	-6466	2588	5543	-187,58	9054	-140,02
Краткосрочные кредиты и кредиторская задолженность, тыс.руб.	50361	44941	32616	-17745	-35,24	-12325	-27,42
Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат, тыс.руб.	47406	38475	35204	-12202	-25,74	-3271	-8,50
Запасы и затраты, тыс.руб.	25943	23094	17083	-8860	-34,15	-6011	-26,03
Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств, тыс.руб.	-28898	-29560	-14495	14403	-49,84	15065	-50,96
Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат, тыс.руб.	-28898	-29560	-14495	14403	-49,84	15065	-50,96
Излишек общей величины основных источников формирования запасов и затрат, тыс.руб.	21463	15381	18121	-3342	-15,57	2740	17,81

С помощью показателей, представленных в табл. 2.7 определяется трёхкомпонентный показатель типа финансовой ситуации.

В исследуемой организации трёхкомпонентный показатель финансовой устойчивости в 2015г. $S=\{0;0;1\}$ как в 2013, так и в 2014 году. Таким образом, финансовое состояние предприятия, за период 2013-2015г.г. можно охарактеризовать как неустойчивое финансовое состояние, сопряженное с нарушением платежеспособности, но при этом сохраняется возможность восстановления равновесия путем пополнения источников собственных средств. Данные таблицы 7 свидетельствуют о том, что в течении анализируемого периода величина источников собственных средств увеличивается в 2015г. по сравнению с 2013г. на 142,40%, а по сравнению с 2014г. на 85%.

Анализ прибыли начинается с исследования ее динамики, как по общей сумме, так и в разрезе составляющих ее элементов, т.е. проводят горизонтальный анализ, затем проводят вертикальный анализ, который выявляет структурные изменения в составе прибыли.

Оценку уровня и динамики прибыли можно проводить согласно табл. 2.8.

Таблица 2.8 - Оценка уровня и динамики прибыли предприятия за 2013г., 2015г.

Показатели	2013	2015	Абс.откл., тыс.руб.	Относ. откл., %	Темп роста, %
Выручка	91632	103618	11986	13,08	113,08
Себестоимость	86384	99682	13298	15,39	115,39
Валовая прибыль	5248	3936	-1312	-25,00	75,00
Коммерческие расходы	8	11	3	37,50	137,50
Прибыль от продаж	5240	3925	-1315	-25,10	74,90
Проценты к уплате	4613	2144	-2469	-53,52	46,48
Прочие доходы	423	48112	47689	11274,00	11374,00
Прочие расходы	2589	29161	26572	1026,34	1126,34
Прибыль (убыток) до налогообложения	-1539	20732	22271	-1447,11	-1347,11
Отложенные налоговые активы	162	-173	-335	-206,00	-106,00
Отложенные налоговые обязательства	179	54	-125	-69,00	0,00

Налог на прибыль	36	138	102	283,33	383,33
Чистая прибыль	-1234	20475	21709	1759,24	1659,24

Из данных представленных в таблице 2.8 видно, что выручка от продажи продукции в 2015г. по сравнению с 2013г. увеличилась на 11986тыс.руб. или на 13,08% . при этом себестоимость продукции увеличилась на 15,39%. Таким образом, можно сделать вывод, что темп роста себестоимости продукции опережает темп роста выручки от продаж. Валовая прибыль по итогам 2015г. по сравнению с 2013г. сократилась на 1312тыс.руб. или на 25%. Расходы на выплату процентов за рассматриваемый период в 2015г. сократились по сравнению с 2013г. на 2469тыс.руб. или на 53,52%.

На финансовый результат деятельности предприятия повлияли показатели прочих доходов и расходов. Прочие доходы за 2015г. по сравнению с 2013г. выросли на 47689тыс.руб. ли на 11274%. Вместе с те выросли и прочие расходы в 2015г по сравнению с 2013г. на 26572тыс.руб. или на 1026%. Как результат деятельности – выросла чистая прибыль предприятия на 21709тыс. руб.

Оценка уровня и динамики прибыли предприятия за 2014г., 2015г. предприятия представлена в таблице 2.9

Таблица 2. 9 - Оценка уровня и динамики прибыли предприятия за 2014г., 2015г.

Показатели	2014	2015	Абс. откл., тыс.руб.	Относ. откл., %	Темп роста, %
Выручка	83927	103618	19691	23,46	123,46
Себестоимость	77565	99682	22117	28,51	128,51
Валовая прибыль	6362	3936	-2426	-38,13	61,87
Коммерческие расходы	5	11	6	120,00	220,00
Прибыль от продаж	6357	3925	-2432	-38,26	61,74
Проценты к уплате	4696	2144	-2552	-54,34	45,66
Прочие доходы	1119	48112	46993	4199,55	4299,55
Прочие расходы	2504	29161	26657	1064,58	1164,58
Прибыль (убыток) до налогообложения	276	20732	20456	7411,59	7511,59

Отложенные налоговые активы	52	-173	-225	-432,00	-332,00
Отложенные налоговые обязательства	-53	54	107	-201,00	-1,00
Налог на прибыль	127	138	11	8,66	108,66
Чистая прибыль	148	20475	20327	13734,46	13834,46

По данным представленным в таблице 2.9, можно сделать вывод, что выручка от продаж продукции за 2015г. увеличилась по сравнению с 2014г. на 19691тыс. руб. или на 23,46%, причем себестоимость выросла на 28,51%. Согласно представленных данных в таблицах 2.8 и 2.9 себестоимость растет более быстрыми темпами, чем выручка от продаж. Это говорит о том, что сырье за рассматриваемый период имеет тенденцию к росту, так же выросла и заработная плата работников.

Валовая прибыль снизилась в 2015г. по сравнению с 2014г. на 2426тыс.руб. или на 38,13%.

Выплаты процентов за рассматриваемый период имеют тенденцию к снижению, это вызвано уменьшением суммы кредитов и займов.

В общем за период 2013-2015г.г. на финансовый результат деятельности предприятия повлияли показатели прочих доходов и расходов. Прочие доходы за 2015г. по сравнению с 2014г. выросли на 46993тыс.руб. ли на 4199,55%. Вместе с те выросли и прочие расходы в 2015г по сравнению с 2014г. на 26657тыс.руб. или на 1064,58%. Как результат деятельности – выросла чистая прибыль предприятия на 20475тыс. руб.

Другими факторами для оценки финансовых результатов деятельности предприятия служат показатели рентабельности. Рентабельность деятельности предприятия рассматривают по нескольким показателям, а именно:

- по прибыли от продаж;
- по прибыли до налогообложения;
- по чистой прибыли.

Данные для расчета рентабельности деятельности предприятия представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Расчет рентабельности предприятия за 2013г., 2015г.

Показатель	2013	2015	Изменение (+; -)	Темп роста, %
Выручка	91632	103618	11986	13,08
Прибыль от продаж	5240	3925	-1315	-25,10
Чистая прибыль	-1234	20475	21709	-1759,24
Среднегодовая стоимость оборотного капитала	38629,5	36853,5	-1776	-4,60
Среднегодовая стоимость капитала и резервов	18916	34118,5	15202,5	80,37
Среднегодовая стоимость активов	60882	72911	12029	19,76
Среднегодовая стоимость внеоборотных активов (за вычетом отложенных финансовых активов)	21966	35811,5	13845,5	63,03
Рентабельность продаж	5,72	3,79	-1,93	
Рентабельность оборотного капитала	13,56	10,65	-2,91	
Рентабельность собственного капитала	27,70	11,50	-16,20	
Рентабельность активов	8,61	5,38	-3,22	
Фондоотдача	-5,62	57,17	62,79	

Согласно данных представленных в таблице 2.10, рентабельность продаж является одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия. Этот коэффициент показывает сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции и называется также коммерческой маржей. Рентабельность продаж в 2015г. по сравнению с 2013г. снизилась на 1,93%. Таким образом в 2015г. на один рубль реализации приходилось 3,79коп. прибыли.

Рентабельность оборотного капитала он выражает отдачу, которая приходится на рубль оборотных активов компании, то есть в 2015г. на 1 рубль оборотных активов приходится 10,65 коп., но по сравнению с показателем 2013г. снижение составило 2,91%.

Показатель рентабельности собственного капитала позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных

ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования. Данный показатель характеризует прибыль, которая приходится на собственный капитал. Этот коэффициент включает в себя платежи по процентам за кредит и налог на прибыль. На предприятии показатель рентабельности собственного капитала в 2015г. ниже показателя 2013г. на 16,2%. и составляет 11,5% против 27,7 в 2013г.

Рентабельность совокупных активов - это комплексный показатель, позволяющий оценивать результаты основной деятельности предприятия. Он выражает отдачу, которая приходится на рубль активов компании. В 2015г. этот показатель снизился по сравнению с показателем 2013г. на 3,22% и составил 5,38% против показателя 2013г. – 8,61%

Фондоотдача показывает сколько чистой прибыли приходится на один рубль среднегодовой стоимости основных средств. Фондоотдача по итогам 2015г. выросла до показателя 57,17%. Что выше показателя 2013г. на 62,79%.

Рассмотрим показатели рентабельности предприятия по итогам 2014г. и 2015г.(табл. 2.11).

Таблица 2.11 - Расчет рентабельности предприятия за 2014г., 2015г.

Показатель	2014	2015	Изменение (+; -)	Темп роста, %
Выручка	83927	103618	19691	23,46
Прибыль от продаж	6357	3925	-2432	-38,26
Чистая прибыль	148	20475	20327	13734,46
Среднегодовая стоимость оборотного капитала	42997,5	36853,5	-6144	-14,29
Среднегодовая стоимость капитала и резервов	21090	34118,5	13028,5	61,78
Среднегодовая стоимость активов	68798	72911	4113	5,98
Среднегодовая стоимость внеоборотных активов (за вычетом отложенных финансовых активов)	25450	35811,5	10361,5	40,71
Рентабельность продаж	7,57	3,79	-3,79	
Рентабельность оборотного капитала	14,78	10,65	-4,13	
Рентабельность собственного капитала	30,14	11,50	-18,64	
Рентабельность активов	9,24	5,38	-3,86	

Фондоотдача	0,25	0,11	- 0,14	
-------------	------	------	--------	--

Из данных таблицы 2.11 видно, что рентабельность продаж в 2014г. выше показателя 2015г. на 3,79%. Таким образом в 2014г. на один рубль реализации приходилось 7,57коп. прибыли. Рентабельность оборотного капитала в 2015г. снизилась по сравнению с показателем 2014г. на 4,13%. На предприятии показатель рентабельности собственного капитала в 2015г. ниже показателя 2014г. на 18,64%. Показатель рентабельности активов в 2015г. снизился по сравнению с показателем 2014г. на 3,86% .

Фондоотдача по итогам 2015г. выросла по сравнению с 2014г. на 56,59%

Таким образом, проведенное исследование показало, что финансовое состояние предприятия является неустойчивым. Это вызвано, прежде всего тем, что предприятие имеет обязательств больше, чем собственных средств.

Был проведен расчет показателей рентабельности активов по прибыли от продаж. Если судить по прибыли от продаж, то в 2015г. наблюдается снижение всех показателей рентабельности по сравнению как с 2013г. так и с 2014г. Это говорит о том, что производственная деятельность предприятия не является особо рентабельной. Основная часть прибыли получена за счет увеличения прочих доходов, а от производственной деятельности прибыль снижается и в течении 2013-2015г.г. снижение составило 25,1%, что является отрицательным фактом в деятельности предприятия.

В целом по предприятию можно сделать вывод, что у предприятия в течении 3-х лет 2013-2015г.г. находится в неустойчивом финансовом состоянии, сопряженным с нарушением платежеспособности, но при этом сохраняется возможность восстановления равновесия, путем пополнения источников собственных средств, увеличением товарооборота предприятия.

3. Рекомендации, направленные на повышение финансовых результатов деятельности ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти»

3.1. Проведение рекламной компании с целью повышения объема продаж

По итогам рассматриваемого периода 2013-2015г.г. наблюдается разнонаправленная динамика роста выручки от реализации продукции. Темп роста товарооборота составил в 2015г. по сравнению с 2013г. - 113,08%, при этом по сравнению с 2014г. 123,46%., но следует учитывать, что в 2014г. по сравнению с показателем 2013г. произошло снижение объема продаж на 8,41%(100 – [83927/91632]).

Предприятие применяет следующие схемы каналов сбыта своей продукции потребителям изображенными на рисунке 3.1 и рисунке 3.2.

При продаже продукции со складов фирмы или в своем магазине применяется канал нулевого уровня сбыта, или прямой сбыт.

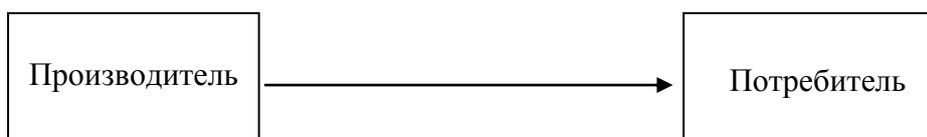


Рисунок 3.1 - Канал нулевого уровня сбыта

Также продукция может продаваться и через посредников – это канал 1 уровня или канал с одним посредником.



Рисунок 3.2 - Канал первого уровня или канал с одним посредником

Оценим подход предприятия к сбытовой деятельности, рассмотрим деятельность предприятия с типичными характеристиками маркетингового подхода к сбытовой деятельности таблица 3.1. Необходимость проведения

данной оценки вызвана тем, что сбытовые и сервисные факторы влияют на конкурентоспособность продукции через качество.

Таблица 3.1 - Сравнение маркетингового подхода к сбытовой деятельности

Объект	Деятельность предприятия	
	Подход предприятия	Маркетинговый подход
Рынок	Воспринимается через поток приходящей клиентуры и ее реакцию (т.н. «вчерашний рынок»)	Постоянно изучается и прогнозируется его развитие
Клиентура	Формируется за счет клиентов, приходящих по «собственной» инициативе. Уход старой и приход новой клиентуры не учитывается	Идет активный поиск новой и постоянно оценивается уровень «удержания» имеющейся клиентуры
Конкуренты	Время от времени «перезваниваются» с целью узнать уровень цен. Разрозненная информация, получаемая от клиентов	Активно и детально изучаются всеми доступными методами
Сбытовые сети	Сбыт кондитерских изделий осуществляется через офис фирмы	Активно ищутся посредники и развиваются разные формы сбытовых каналов
Форма оплаты заказов	Как правило стопроцентная предоплата, но при больших заказах возможно внесение аванса Применяется так же рассрочка платежа	Активно ищутся формы оплаты, гибко учитывающие особенности клиентуры, текущую и перспективную финансово-экономическую ситуацию
Сотрудничество службы сбыта со службами снабжения и финансов	Соответствует маркетинговому подходу	На постоянной основе. Совместный поиск наиболее эффективных решений на рынке. Гибкое варьирование дебиторской и кредиторской задолженностью
Оплата труда сотрудников, связанных со сбытом	Твердые оклады и небольшие премии	Сильно привязана к реальным объемам сбыта, показателям сохранения и расширения клиентуры
Статус подразделений маркетинга и сбыта	Вопросами сбыта занимается сам директор	Маркетинг и сбыт фигурируют как ведущие подразделения предприятия. Директор по маркетингу (сбыту) – второе лицо в руководстве
Взаимоотношение производства и сбыта	Активное прогнозирование сбытом объемов производства	Сбыт заказывает производство под заключенные договора, когда обнаруживает, что запасы на складе исчерпываются.

Анализируя данные таблицы можно сделать вывод о том, что в целом подход предприятия к сбытовой деятельности характеризуется как «традиционный». Одним из важных направлений маркетинговой

деятельности предприятия является формирование имиджа фирмы и ее услуг в глазах потребителей. Высокий положительный имидж выступает значительным конкурентным преимуществом, поэтому необходимо утвердить фирму и ее услуги на определенном сегменте рынка с целью помочь покупателю воспринять услугу этого предприятия как нечто отличное от других аналогичных услуг, нечто лучшее.

В целях увеличения объема реализации целесообразна активная работа по повышению сбыта продукции в следующих направлениях:

- расширение рекламной компании
- расширение агентской сети;
- увеличение точек продаж;
- внедрение новых продуктов;
- открытие Интернет-магазина;
- оптимизация работы с банками;

Основным методом продвижения продукции является реклама.

Для реализации поставленных задач предприятие использует следующие средства распространения информации:

Реклама на радио. По проводимым в городе исследованиям радиостанция «Август» имеет самый широкий охват аудитории, кроме того стоимость размещения сообщения является достаточно невысокой (80 руб. за 1 мин. эфира). Цель рекламы на радио – привлечение покупателей

Реклама в периодических изданиях («Московский комсомолец», «Работа для Вас», «Деловая среда», «Площадь свободы», «Деловой мир»). На рекламу в газетах приходится 80 % всего объема рекламы в периодических изданиях, 20 % - на рекламу в журналах. Цель рекламы в периодических изданиях – информирование потенциальных потребителей о существовании предприятия, качественных характеристиках, преимуществах его товара. Публикации в журнале «Деловой мир» ставила своей целью создания благоприятного имиджа предприятия (мероприятие Паблик Рилейшнз).

Участие в ярмарках (г.Тольятти, г.Москва). Цель участия – презентация услуг, получение информации о конкурентах. Размещение информации о предприятии в подарочной книге «Тольятти в цифрах». Цель мероприятия – создание благоприятного имиджа предприятия (мероприятие Паблик Рилейшнз).

Использование сети «Интернет» сокращается время на поиск тематической информации, существенно расширяется объем получаемого материала, что в итоге позволяет наиболее полно изучить спрос на услуги по страхованию и принять соответствующие меры для его удовлетворения, позволяет разместить рекламные объявления.

Отдел маркетинга предприятия обеспечен персональным компьютером со встроенным модемом.

Для подключения к сети «Интернет» необходимы затраты в размере: 1500 руб. в месяц за пользование. Согласно тарифам компании «Аист» в эту сумму входит подключение к выделенной линии и оплата безлимитного трафика на месяц. При этом не требуется наличия телефонной сети данной компании.

Исследование практики работы фирм, использующих возможности сети «Интернет» позволяет прогнозировать годовой прирост объема реализации.

Проведем планирование рекламных мероприятий.

1. Участие в выставке товаров народного потребления «Продукты питания - 2016» предприятий – производителей г.Тольятти - организация собственного стенда в выставочном центре «Тольятти Экспо-Центр» в рамках выставки.

Участие в выставке дает возможность продемонстрировать свой продукт, привлечь на стенд представителей всех двух уровней рекламной аудитории. Рабочая группа по организации выставочных стендов должна

разработать план подачи информации на стенде и осуществить дизайнерскую обработку стенда.

Для проведения этого рекламного мероприятия необходимо выделить 1 человека и образовать маркетинговый отдел. От общего уровня осведомленности, корректности и внешнего вида сотрудника, представляющих продукцию предприятия на выставке, дизайна самого стенда зависит имидж предприятия и заинтересованность посетителями в выставленном продукте.

На выставке организуются и элементы других маркетинговых коммуникаций, таких, как личная продажа (предлагаемый продукт можно продавать на выставке со скидкой). Также на выставке целесообразно организовать бесплатное вручение призов, проводить лотереи, проводить раздачу листовок с расценками, контактными телефонами и другой информацией о предприятии.

2.Реклама в газетах, журналах. Реклама в газете (журнале) является одной из самых удобных, так как можно не только дать рекламное объявление общепринятого формата, но и дать в интервью руководителя предприятия скрытую рекламу или просто статью о фирме. Выбор носителей рекламы в газетах и журналах будет проведен ниже. Ответственные за проведение данного рекламного мероприятия - рабочая группа по связям с прессой и размещению рекламы.

3.Печатная рекламная продукция (листовки). Листовки должны содержать полезную информацию с расценками на товары, контактными телефонами и перечнем производимой продукции. Выпуск листовок ориентирован, главным образом, на аудиторию второго уровня. Листовки следует распространять по следующим направлениям:

- на стенде предприятия в рамках выставки «Продукты питания - 2016»,
- рассылка в торговые предприятия.

4.Реклама на радио: реклама на радио носит весьма кратковременный характер, так что сообщения рационального давать лишь дни выставки «Сад и огород-2016» и в дни проведения выставок-продаж в фирменном магазине и за несколько дней до начала проведения этих выставок.

Итак, выбранные рекламные носители для размещения рекламы в прессе представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Носители рекламы в прессе в рамках рекламной кампании услуг ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» на 2016 год.

Название газеты или журнала	Комментарий
«Презент»	Бесплатная рекламная газета. Идеальна для рекламы в пределах города
Журнал «Тольятти-менеджер»	Журнал городского уровня, распространяется в крупные фирмы Идеальна для размещения рекламно-информационной статьи в целях привлечения институциональных потребителей
Журнал «Этажи»	Новый городской журнал. Распространяется в розничной торговле. Ориентирован на достаточно состоятельную аудиторию. Публикация в журнале может способствовать повышению имиджа предприятия и может рассматриваться как мероприятие «Паблик Рилейшнз»

Для проведения рекламной кампании и исследований на предприятии рационально привлечь специализированную фирму, которая занимается рекламой, проведением выставок и промоушеном.

Сумма платежей в месяц за данную услугу составляет 15 тыс.руб в месяц. Рационально привлечь данную фирму на срок 3мес.. т.е. во 2 квартале 2016года, так как исследования показали, что спад в торговле наблюдается именно во 2 квартале, когда основные праздники закончились и граждане уезжают за предела города в отпуска и на дачи.

Маркетинговая фирма не является плательщиком НДС, поэтому вся сумма указанная в счете относится на затраты предприятия.

Таблица 3.3 - Бюджет маркетинга на 2016г.

Наименование	Стоимость,	Кол-	Итого,	Источник информа-
--------------	------------	------	--------	-------------------

	руб./мес.	во	руб.	ции
Маркетинговые исследования и проведение рекламной кампании	15000,0	3	45000,0	Прайс-лист на услуги, предварительный счет на оплату

Рассчитаем бюджет рекламы на 2016год.(табл.3.4)

Таблица 3.4 - Бюджет рекламы на 2016 год

Рекламное	Стоимость, руб.	Требуется	Затраты, руб.
Участие в выставке «Сад и огород-2016»	1 кв м выставочной площади – 1600 руб. Дизайн стенда 5000 руб.	10 кв м	16000 5000
Ролик на радио	10 сек – 400 руб.	6 роликов по 10 сек перед и во время проведения выставки «Продукты питания - 2016»	2400
Реклама в журнале	Статья 1/4 стр- 2500 руб.	2 статьи в течение года по 1/2 стр	10000
Реклама в газете	Объявление 4*4 – 400 руб.	12 объявлений в год	4800
Листовка	1 лист - 2 руб.	1000 листов	2000
Итого:			40200

Проведем прогнозирование эффективности маркетинговой и рекламной кампании.

Для анализа проведенных исследований, бала создана экспертная группа . в составе Заместителя директора по производству предприятия – Гольдмана Р.Б., Заместитель директора по сбыту и снабжению – Маевской М.Н., коммерческого директора кондитерской фабрики ООО «Буратино» г.Москва Новикова И.И., представителя консалтингового агентства «Бизнес-Тольятти» и попросили оценить эффективность рекламной кампании с точки зрения увеличения товарооборота. Заключение экспертов и выводы консалтингового агентства «Бизнес-Тольятти» представлены в таблице 3.5

Таблица 3.5 - Экспертная оценка роста товарооборота

Эксперт	Оценка роста товарооборота , %	Средняя оценка роста товарооборота, %
«Бизнес-Тольятти»	7-10	8,5
Гольдман Р.Б.	5-8	6,5

Маевская М.Н.	7-9	8,0
Новиков И.И.	6-9	7,5
Итоговая средняя оценка		$(8,5+6,5+8,0+7,5)/4 = 7,6$

Таким образом, экспертная комиссия подтвердила ожидание того, что увеличение товарооборота при применении рекламной кампании составит 7,6%. Технико-экономические по предприятию ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» для расчета эффективности предлагаемых мероприятий представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 - Технико-экономические показатели для расчета эффективности предлагаемых мероприятий

Показатели	Обозначение	Ед.изм.	Значение	Источник информации
Розничный товарооборот	Тоб.розн.	Тыс.руб.	103618,0	Таблица 2.1
Себестоимость продукции	Тобщ.зак.	Тыс.руб.	99682,0	Таблица 2.1
Рост товарооборота от проведения рекламной кампании и маркетинговых исследований	Рмарк	%	7,6	Таблица 3.4
Уровень издержек обращения	Уи.о.	%	96,2	Таблица 2.1
Затраты на проведение рекламной кампании и маркетинговых исследований	Зрек.	Тыс.руб.	85,2	Таблица 3.8

Проведем расчет экономической эффективности мероприятия по проведению маркетинговых исследований(таблица 3.7).

Таблица 3.7 - Расчет экономической эффективности от проведения рекламной кампании и маркетинговых исследований

Наименование показателя	Обозначение	Ед.изм.	Метод расчета	Расчет показателей
Прирост объема товарооборота под воздействием управления ассортиментом	Δ Тобтк	Тыс.руб.	Δ Тобтк = Тоброзн * Р /100	Δ Тобтк = 103618 * 0,076 = 7874,97
Прирост себестоимости продукции по закупочным ценам	Δ Тобщз	Тыс.руб.	Δ Тобщз = Тобщз * Р/100	Δ Тобщз = 99682 * 0,076 = 7575,83
Прирост валового дохода	Δ ВД	Тыс.руб.	Δ ВД = Δ Тобтк – Δ Тобщз	7874,97 – 7575,83 = 299,14

Относительная экономия численности работающих	Эч	Чел.	$Эч = Ч1(1+P/100) - Ч2$	$380(1+0,075) - 380 = 28,5$
Прирост производительности труда	ΔП	%	$ΔП = Эч * 100 / (Чср - Эч)$	$28,5 * 100 / (380 - 28,5) = 8,12$
Прирост финансового результата от управления ассортиментом	ΔФ	Тыс.руб.	$ΔФ = \Delta ВД - Змарк.$	$299,14 - 85,2 = 213,94$
Срок окупаемости затрат	С	Лет	$С = Змарк / ΔФ$	$85,2 / 213,94 = 0,39$, или 5 мес.
Годовой экономический эффект	Эгод	Тыс.руб.	Эгод	213,94

Таким образом, проведение рекламной кампании положительно отразится на увеличении продаж предприятия. По оценкам экспертов выручка от продаж увеличится на 7,6%, причем здесь не учитывается скрытое воздействие рекламы (создание положительного имиджа предприятия, предприятие становится на «слуху», впоследствии создание бренда). Прирост финансового результата в следствии проводимого мероприятия составит 213,94 тыс.руб. Это говорит о целесообразности проведения данного мероприятия.

3.2 Мероприятие по замене поставщика сырья с целью снижения себестоимости продукции

По результатам анализа деятельности предприятия за 2014-2015г.г., было установлено, что по некоторым видам продукции наблюдается падение товарооборота. Это вызвано скудным ассортиментом поставщика, и высокой ценой на поставляемую продукцию.

Согласно сведений полученных по предприятию установлено, что следует заменить поставщика сахара, специй и прочих продуктов применяемых для производства кондитерских изделий. Руководству предприятия на основе тендера следует выбрать указанных выше продуктов, тем более что Хладокомбинат г.Самара предложил приемлимые цены. Покупные цены на предлагаемые товары на 7% ниже, чем цены поставщиков, услугами которых поль-

зуется предприятие. Так же преимуществом является замена нескольких поставщиков – одним. Рассчитаем экономическую эффективность данного мероприятия при условии, что себестоимость продукции повысится исходя из данных представленных в расчетах по выполнению первого мероприятия, для этого нам необходимы следующие данные(таблица 3.8).

Таблица 3.8 - Исходные данные для расчета экономической эффективности от замены поставщика сахара и специй

Показатели	Обозначение	Ед.изм.	Значение	Источник информации
Розничный товароборот	Тоб. пр	Тыс.руб.	111492,97	Таблица 3.7
Удельный вес сахара и специй в общей структуре себестоимости продукции	У1	%	5,7	Данные по предприятию
Себестоимость продукции	Тобщз	Тыс.руб.	107257,83	Таблица 2.1
Снижение закупочной цены	∧Цзак	%	7,0	Договор на поставку

Расчет экономической эффективности от реализации предложенного мероприятия представлен в таблице 3.9.

Таблица 3.9 - Расчет экономической эффективности от замены поставщика сахара и специй

Наименование показателя	Обознач.	Ед.изм.	Метод расчета	Расчет показателей
Себестоимость сахара и специй в общей сумме себестоимости	УТобщ	Тыс.руб.	$УТобщ = Тобщ.з. * У1$	$107257,83 * 0,057 = 6113,7$
Прирост себестоимости продукции в части за трат на сахар и специи	$\Delta Тобщз$	Тыс.руб.	$\Delta Тобщ = УТобщ - УТобщ * \wedge Цзак$	$\Delta Тобщ = 6113,7 - 6113,7 * 1,07 = 6113,7 - 6541,66 = - 428,07$
Прирост валового дохода	$\Delta ВД$	Тыс.руб.	$\Delta ВД = \wedge Тобтк - \Delta Тобщ$	$0 - (-428,07) = 428,07$
Годовой экономический эффект	Эгод	Тыс.руб.	Эгод	428,07
Снижение себестоимости в целом по предприятию	$\Delta Тобщ.з$	%	$\Delta Тобщз = \Delta Тобщ / Тобщ.з.$	$428,07 / 107257,83 = 0,4\%$

Из данных таблицы 3.9, следует что при выполнении мероприятия по замене поставщика сахара и специй себестоимость продукции в целом по предприятию снизится на 428,07тыс.руб. в процентном соотношении себестоимость снизится на 0,4%.

Полученный результат занесем в таблицу 3.10

Таблица 3.10 - Эффективность мероприятий дипломной работы

Мероприятие	Прирост производительности труда, %	Прирост товарооборота, %	Прирост валового дохода, тыс. руб.	Срок окупаемости, лет	Годовой экономический эффект
1	2	3	4	5	6
2.Мероприятие по проведению рекламной кампании	8,12	7,60	299,14	0,39	213,94
2.Мероприятие по замене поставщика сахара и специй	-	-	428,07	-	428,07
Итого:	8,12	7,60	727,21	-	642,01

Проведенные мероприятия изменяют основные технико-экономические показатели деятельности предприятия в 2016г.

Таблица 3.11 - Основные технико-экономические показатели работы предприятия

Показатели	2015 год	После внедрения мероприятий	Изменение, +, -	Темп роста, %
1. Выручка, тыс. руб.	103618	111492,97	7874,97	107,6
2. Себестоимость, тыс. руб.	99682	106829,76	7147,76	107,12
3.Среднесписочная численность, чел.	380	380	-	-
4.Выработка всего на работника;	273	293,40	20,4	107,47
5. Валовой доход, тыс. руб.	3936	4663,21	727,21	117,67
6. Коммерческие расходы, тыс. руб.	11	96,2	85,2	874,55
7. Финансовый результат от продаж	3925	4567,01	642,01	116,36
8. Рентабельность продаж, %	3,79	4,2	0,41	-
9.Среднегодовая стоимость оборотного капитала	36853,5	36853,5	-	-

10.Среднегодовая стоимость капитала и резервов	34118,5	34118,5	-	-
11.Среднегодовая стоимость активов	72911	72911	-	-
12.Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	35811,5	35811,5	-	-
13.Рентабельность оборотного капитала	10,65	12,39	1,74	-
14.Рентабельность собственного капитала	11,50	13,39	1,89	-
15.Рентабельность активов	5,38	6,26	0,88	-
16.Фондоотдача	0,11	0,13	0,02	-
17.Рентабельность производственной деятельности	3,94	4,28	0,34	-

С внедрением мероприятий товарооборот увеличиться на 7874,97 тыс.руб.или на 7,6%, себестоимость увеличиться, но более низкими темпами на 7147,76 или на 7,12% валовой доход предприятия увеличиться на 700,21 тыс.руб.по сравнению с 2015 г. или на 17,67%. Финансовый результат от продаж увеличиться на 642,01тыс.руб. или на 16,36%. Показатели рентабельности увеличатся по всем позициям. Рентабельность продаж повысится на 0,41 процентных пункта, рентабельность оборотного капитала вырастет на 1,74%, рентабельность собственного капитала на 1,89%, рентабельность активов на 0,88%, рентабельность производственной деятельности на 0,34%.

Таким образом, мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия – выгодны, и позволяют увеличить прибыль до налогообложения на 642,01 тыс.руб.

Заключение

Финансовый результат отражает изменение собственного капитала за определенный период в результате производственно-финансовой деятельности организации.

Конечный финансовый результат организации складывается под влиянием: финансового результата от реализации продукции (работ, услуг), основных средств, материалов и другого имущества; внереализационных прибылей и убытков.

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) определяют как разницу между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в действующих ценах без НДС и акцизов, экспортных пошлин и других вычетов, предусмотренных законодательством РФ, и затратами на ее производство и реализацию.

Прибыль – это рыночная форма движения (распределения) чистого дохода общества. Процесс распределения валового общественного продукта и его составных частей, включая чистый доход общества, не происходит в одностадийной форме. Прежде чем совершиться актам непосредственного потребления созданного продукта, должно произойти дальнейшее распределение его стоимости, то есть перераспределение. Это вызвано необходимостью выполнения государством своих функций и обеспечения частным бизнесом эффективности капиталов, инвестиций и сбережений.

В современной экономической теории прибыль как экономическая категория представляет собой распределительную форму чистого дохода общества, созданного в сфере материального производства в результате соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов). На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений часть распределённого чистого дохода также принимает форму прибыли. Реализуя на рынке свою продукцию, предприятия получают денежную выручку, вклю-

чающую в себя прибыль. Для выявления финансового результата (валовой прибыли или убытка) необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию продукции.

Экономическое содержание прибыли проявляется в ее функциях. Обычно основополагающими называются три функции - стимулирующая, распределительная и показатель эффективности деятельности предприятия.

Для изучения показателей финансовых результатов деятельности предприятия следует проводить финансовый анализ. Необходимость финансового анализа обусловлена тем, что финансовый анализ позволит объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта: охарактеризовать его платежеспособность, эффективность и доходность деятельности, перспективы развития, а затем по его результатам принять обоснованные решения. Финансовый анализ дает возможность оценить: имущественное состояние предприятия; степень предпринимательского риска, в частности возможность погашения обязательств перед третьими лицами; достаточность капитала для текущей деятельности и долгосрочных инвестиций; потребность в дополнительных источниках финансирования; способность к наращению капитала; рациональность привлечения заемных средств; обоснованность политики распределения и использования прибыли и т. д.

Цель финансового анализа – подробная характеристика имущественного и финансового положения хозяйствующего субъекта, результатов его деятельности в истекшем отчетном периоде, а также возможностей развития субъекта на перспективу. Анализ финансового состояния проводится с использованием набора экономических показателей, характеризующих финансовое положение и активность предприятия: показатели финансовой устойчивости; показатели платежеспособности; показатели деловой активности; показатели рентабельности.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется не только системой относительных, но и абсолютных показателей. Наиболее обобщающим абсолютным показателем финансовой устойчивости является соответствие либо несоответствие (излишек или недостаток) источников средств для формирования запасов и затрат, то есть разница между величиной источников средств и величиной запасов и затрат. При этом имеется в виду обеспеченность источниками собственными и заемными средствами, за исключением кредиторской задолженности и прочих пассивов.

В современной экономической теории прибыль как экономическая категория представляет собой распределительную форму чистого дохода общества, созданного в сфере материального производства в результате соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов). На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений часть распределённого чистого дохода также принимает форму прибыли. Реализуя на рынке свою продукцию, предприятия получают денежную выручку, включающую в себя прибыль. Для выявления финансового результата (валовой прибыли или убытка) необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию продукции.

Поведенный анализ показал, что основная деятельность предприятия в течение всего анализируемого периода – прибыльная. В 2015 году прибыль от реализации продукции составила 3925 тыс.руб., что на 1312 тыс.руб., или 28,33 % ниже показателя 2013 г. и на 2432 тыс.руб., или на 61,74 % ниже показателя 2014 г. Величина прибыли до налогообложения, увеличилась в 2015г. по сравнению с 2014г. и 2013г. произошло за счет доходов полученной от прочей деятельности. При этом основной рост доходов от прочей деятельности произошел в 2015г. За счет полученных доходов предприятие смогло улучшить свое финансовое положение (увеличить сумму статьи «Капитал и резервы»), за счет нераспределенной прибыли.

В работе был проведен анализ рентабельности по прибыли от продаж продукции. Показатели рентабельности в 2015г. имеют тенденцию к снижению, причем по всем позициям как по сравнению с 2013г. так и 2014г.

Так же отрицательным фактом является и то, что чистая прибыль не была распределена, и на начало 2016г. осталась нераспределенной. Предприятие не создает дополнительных резервов и фондов.

В целях увеличения товарооборота рекомендуется маркетинговую фирму с целью проведения исследований и проведения рекламной компании во 2 квартале 2016г. Срок привлечения маркетинговой фирмы 3 месяца. Другим предложенным мероприятием было предложение поменять поставщика сахара и специй применяемых в производственной деятельности.

С внедрением мероприятий товарооборот увеличиться на 7874,97 тыс.руб.или на 7,6%, себестоимость увеличиться, но более низкими темпами на 7147,76 или на 7,12% валовой доход предприятия увеличиться на 700,21 тыс.руб.по сравнению с 2015 г. или на 17,67%. Финансовый результат от продаж увеличиться на 642,01тыс.руб. или на 16,36%. Показатели рентабельности увеличатся по всем позициям. Рентабельность продаж повысится на 0,41 процентных пункта, рентабельность оборотного капитала вырастет на 1,74%, рентабельность собственного капитала на 1,89%, рентабельность активов на 0,88%, рентабельность производственной деятельности на 0,34%.

Таким образом, мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия – выгодны, и позволяют увеличить прибыль до налогообложения на 642,01 тыс.руб.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1 от 31.07.1998 № 146-ФЗ (принят ГД ФС РФ 16.07.1998) (ред. от 03.12.2013).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2 от 05.08.2000 № 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 03.12.2013)
3. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 02.11.2013).
4. Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 № 32н (ред. от 27.04.2012) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99».
5. Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. От 27.04.2012) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99».
6. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ: учебник / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: ДИСД, 2009.
7. Базарова Т.Ю. Еремина Б.Л. Управление персоналом. –М.: ЮНИТИ, 2012
8. Бариленко, В.И. Анализ хозяйственной деятельности / В.И. Бариленко. — М.: Омега-Л, 2009. — 414 с.
9. Бухгалтерская отчетность ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» за 2014 год.
10. Бухгалтерская отчетность ООО «Кондитерская фабрика «СлаСти» за 2015 год.
11. Виханский, О.С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2012.
12. Войтоловский, Н.В. Комплексный экономический анализ предприятия / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина. — СПб.: Питер, 2010. — 256 с.

13. Волков О.И. Экономика предприятия: Курс лекций / О.И. Волков, М.: ИНФРА-М, 2003
14. Герасимов, Б.И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, С.П. Спиридонов, Н.И. Саталкина. — Тамбов: ТГТУ, 2008. — 160 с.
15. Годовой отчет ООО «Кондитерская фабрика «СлаСТИ» за 2013 год.
16. Годовой отчет ООО «Кондитерская фабрика «СлаСТИ» за 2014 год.
17. Годовой отчет ООО «Кондитерская фабрика «СлаСТИ» за 2015 год.
18. Гражданский кодекс РФ. М.: ООО «Витрэм», 2011
19. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учеб.: Электрон. биб-ка. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Термика: ИНФРА-М, 2012
20. Когденко, В.Г. Экономический анализ / В.Г. Когденко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 399 с.
21. Конорева Т.В. Управление затратами. — Омск: Омский государственный институт сервиса, 2003. — 234с.
22. Лапыгин, Ю. Н. Управленческие решения: Учебное пособие. — М.: ЭКСМО, 2009.— 448 с.
23. Лифшиц, А. С. Управленческие решения: Учебное пособие.— М.: КНОРУС, 2009. —248с.
24. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко. — М.: ИРФРА-М, 2008. — 320 с.
25. Любушкин, Н.П., Экономический анализ / Н.П. Любушкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 575 с.
26. Макарова, В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций. — М.: ИНФРА – М, 2009.

27. Мальцева, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности в условиях развития теории систем / А.А. Мальцева // Экономика и социум. — 2012. — № 4. — С. 170-176.
28. Маркин, Ю.П. Экономический анализ / Ю. П. Маркин. — М.: Омега-Л, 2011. — 450 с.
29. Марочкина О.Ю. Основы финансового менеджмента на предприятии. Учебное пособие: Мн.: БГЭУ, 2011г.
30. Медведева, О.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / О.В. Медведева, Е.В. Шпилевская, А.В. Немова. — М.: Высшее образование, 2010. — 154 с.
31. Мелкумов Я.С. Теоретическое и практическое пособие по финансовым вычислениям. — М.: ИНФРА-М, 2011
32. Михайлова, А.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности энергетических компаний / А.В. Михайлова // Экономика и социум. — 2012. — № 3. — С. 264-273.
33. Налоговый кодекс РФ. М.: Юрист-М, 2012
34. Орехов С.А. Факторинг. Управление корпоративными финансами. М.: Ком-пания Спутник, 2010
35. Петренко С.Н. Контроллинг. Ника-Центр, 2014. - 327 с.
36. Попова Л.В., Испакова Р.Е., Головина Т.А. Контроллинг. — М.: ДИС, 2003. — 192 с.
37. Попченко Е.Л., Ермасова Н.Б. Бизнес-контроллинг. Альфа-Пресс, 2006. - 286 с.
38. Прыткова, А.В. Пути повышения качества годовой отчетности в России / А.В. Прыткова // Экономика и социум. — 2011. — № 1. — С. 233-236.
39. Ронова, Г.Н. Финансовый анализ / Г.Н. Ронова, С.Е. Попова, В.Л. Слепунин. — М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007. — 211 с.

40. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 536 с.
41. Сулоева С.Б., Муханова Н.В. Контроллинг. — СПб.: СПбГПУ, 2012. — 421 с.
42. Теория организации. / Под ред. Алиева В.Г. — М., 2003. — 165с.
43. Теория экономического анализа / А.Д. Шеремет. — М.: Прогресс, 2009.
44. Холл Р.Х Организации: структуры, процессы, результаты. Под ред. И.В. Андреевой.- СПб. : Питер, 2001г. — 124 с.
45. Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: Курс в схемах. — Мю: Юристь, 2013. — 336 с.
46. Экономика производства: Учебное пособие / А.С. Писарев, Н.М. Мурахтанова, А.И. Клевлин. — Тольятти: ТГУ, 2012.
47. www.cfin.ru.
48. www.consultant.ru.
49. www.minfin.ru.
50. www.nalog.ru.

Приложение

Приложение А Бухгалтерский баланс

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 15 г. ³	На 31 декабря 20 14 г. ⁴	На 31 декабря 20 13 г. ⁵
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110			
4.1	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
4.2	Основные средства	1150	41609	30014	20886
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
4.3	Финансовые вложения	1170			
	Отложенные налоговые активы	1180	159	333	368
4.4	Прочие внеоборотные активы	1190			
	Итого по разделу I	1100	41768	30347	21254
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4.5	Запасы	1210	17083	23094	25943
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220			
4.6	Дебиторская задолженность	1230	16894	15141	20439
4.3	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240			
4.7	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1214	253	17
	Прочие оборотные активы	1260		28	1080
	Итого по разделу II	1200	35191	38516	47479
	БАЛАНС	1600	76959	68863	68733

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 15 г. ³	На 31 декабря 20 14 г. ⁴	На 31 декабря 20 13 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
4.8	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	12600	12600	12600
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
4.9	Переоценка внеоборотных активов	1340			
4.9	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	11133	11133	11133
	Резервный капитал	1360			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	20623	148	-5444
	Итого по разделу III	1300	44356	23881	18299
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
4.10	Заемные средства	1410			
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-13	41	73
4.14	Оценочные обязательства	1430			
4.11	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400	-13	41	73
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
4.10	Заемные средства	1510	5000	25466	35120
4.12	Кредиторская задолженность	1520	27616	19475	15241
	Доходы будущих периодов	1530			
4.14	Оценочные обязательства	1540			
	Прочие обязательства	1550			
	Итого по разделу V	1500	32616	44941	50361
	БАЛАНС	1700	76959	68863	68733

Приложение Б
Отчет о финансовых результатах

Наименование показателя ²	Код	За <u>2015 г.</u> —	За <u>2014 г.</u> —	За 2013 г.
Выручка ⁵	2110	103618	83927	91632
Себестоимость продаж	2120	99682	77565	86384
Валовая прибыль (убыток)	2100	3939	6362	5248
Коммерческие расходы	2210	11	5	8
Управленческие расходы	2220			
Прибыль (убыток) от продаж	2200	3925	6357	5240
Доходы от участия в других организациях	2310			
Проценты к получению	2320			
Проценты к уплате	2330	2144	4696	4613
Прочие доходы	2340	48112	1119	423
Прочие расходы	2350	29161	2504	2589
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	20732	276	-1539
Текущий налог на прибыль	2410			
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421			
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430			
Изменение отложенных налоговых активов	2450			
Прочее	2460			
Чистая прибыль (убыток)	2400	20475	148	-1234

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в _____ экземплярах.

Библиография составляет _____ наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру «_____» _____ 201__ г.

Дата « _____ » « _____ » 201__ г.

Студент _____ (_____)
(Подпись) (Имя,

отчество, фамилия)