

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: «Анализ финансовых результатов деятельности предприятия (на примере ООО «Астрикс Групп»)»

Студент(ка)	<u>Н. В. Овчинникова</u> (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)
Руководитель	<u>Е. В. Павлова</u> (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)
Консультанты	_____ (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент А. А. Курилова  
(ученая степень, звание, И.О. Фамилия) \_\_\_\_\_ (личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Тольятти 2016

## Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы финансовых результатов организации .....	6
1.1 Экономическая сущность, состав и значение финансовых результатов организации .....	6
1.2 Методика анализа финансовых результатов предприятия.....	10
1.3 Информационная основа проведения анализа финансовых результатов ..	15
Глава 2. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Астрикс Групп» .....	19
2.1 Техничко-экономическая характеристика организации.....	19
2.2 Анализ состава, динамики и структуры прибыли организации .....	22
2.3 Оценка уровня рентабельности организации .....	25
Глава 3. Направления улучшения финансовых результатов деятельности ООО «Астрикс Групп» .....	30
3.1 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятия.....	30
3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий .....	36
Заключение .....	40
Список литературы .....	42
Приложения .....	46

## Введение

Финансовые результаты занимают одно из центральных мест среди совокупности проблем, стоящих перед обществом. Ими занимается экономическая наука, она важна и для хозяйственной практики. Особенно актуальной эта проблема становится на современном этапе развития экономики в связи с ужесточением конкуренции, усилением предпринимательских рисков, появлением хозяйствующих субъектов различных форм собственности и отличающихся по масштабам и уровням развития.

Предприятие самостоятельно решает, на что в первую очередь направлять свои средства. Особую важность при этом представляет рациональность распределения средств, имеющиеся у предприятия, так как эффективность использования финансовых ресурсов определяет дальнейшее существование предприятия в целом, а также его конкурентоспособность, прибыльность, рентабельность и многие другие показатели.

Успешная работа предприятия может быть обеспечена за счет повышения эффективности деятельности на основе увеличения прибыли и рационального использования ресурсов. Поэтому одной из актуальных задач в настоящее время является эффективное управление формированием прибыли, изучение механизмов ее образования, методов ее анализа и планирования.

Цель работы заключается в исследовании направлений совершенствования системы управления финансовыми результатами предприятия. Поставленная цель реализуется в работе в виде решения следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты управления финансовыми результатами предприятия;
- провести анализ формирования финансовых результатов деятельности предприятия;
- выявить основные направления повышения эффективности управления финансовыми результатами в деятельности предприятия.

Объектом исследования в работе выступает торговое предприятие ООО «Астрикс Групп». Предмет исследования – финансовые результаты деятельности предприятия.

Теоретической базой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых и экономистов-практиков по вопросам управления финансовыми ресурсами, финансового менеджмента, таких как К. Маркс, Д. Рикардо, А. Смит, Ж.-Б. Сэй, И. А. Бланк, А. Г. Грязнова, В. В. Ковалев, Г.В. Савицкая, Р. С. Сайфулин, А. Д. Шеремет. Также использовались нормативно-правовые акты Центрального банка Российской Федерации и публикации в научно-периодической печати.

Методологической основой исследования явились методы финансового анализа: горизонтальный, вертикальный, коэффициентный и факторный.

По своей структуре работа состоит из введения, трех разделов основной части, заключения, списка литературы и приложения.

## Глава 1. Теоретические основы финансовых результатов организации

### 1.1 Экономическая сущность, состав и значение финансовых результатов организации

Анализ существующих в экономической литературе подходов к изучению категории «прибыль», а также отсутствие единого понятия прибыли позволили уточнить экономическое содержание этого понятия. Прибыль это экономические отношения, возникающие между субъектами хозяйственной деятельности на определенном историческом этапе по поводу ее максимизации в условиях постоянно возникающих рисков и неопределенности экономической среды.

В реальной действительности прибыль представляет собой конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Однако финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, возникающий по различным причинам (снижение покупательского спроса, недополучение дохода от реализации товаров в связи с уменьшением объема поставок товаров, превышение расходов над доходами и т. п.).

В узком смысле прибыль – это разница между доходами и расходами предприятия. Ввиду этого рассмотрим, что такое доходы и расходы предприятия и что к ним относится.

Доходами предприятия признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств и иного имущества) и/или погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [45, с.86]. При определении доходов из них исключаются суммы налогов, предъявленные покупателю товаров (работ, услуг, имущественных прав). Доходы определяются на основании первичных документов и документов налогового учета.

В соответствии с ПБУ 9/99 [3] доходы организации в зависимости от их характера, условий получения и предмета деятельности организации подразделяются на (рис. 1).

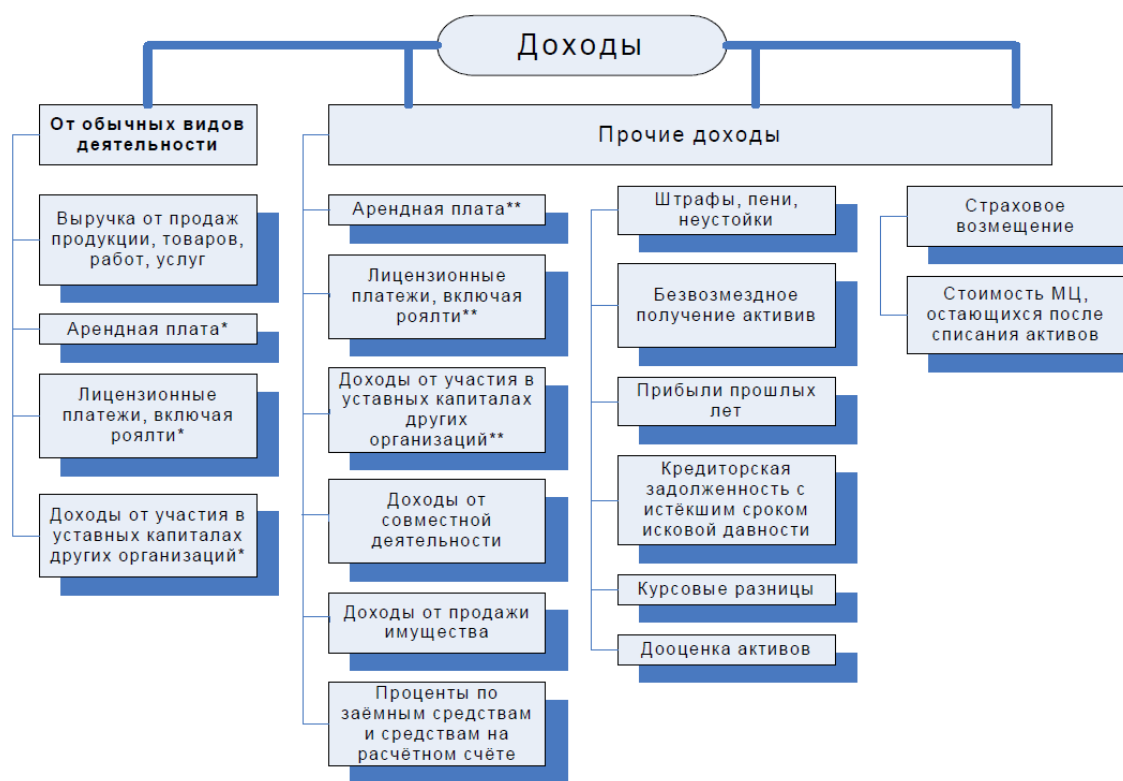


Рисунок 1 - Классификация доходов [45, с.86]

Величина дохода организации зависит от количества (Q) продаваемых результатов производства (продукции, товаров, работ, услуг) и от цены (Ц) единицы каждого вида продаваемой продукции. Таким образом, процесс формирования дохода может быть представлен по одному виду продукции формулой [41]:

$$Д = Ц \times Q \quad (1)$$

По нескольким видам продаваемых результатов хозяйственной деятельности доход можно выразить формулой:

$$СД = \sum Д = \sum (Ц \times Q) \quad (2)$$

В качестве основного дохода от деятельности организации выступает выручка от продажи, поэтому формирование выручки - важнейший момент в планировании финансовой деятельности организации. Выручка является показателем условным, зависящим от принимаемого метода расчёта на конкретном предприятии. Объём реализации и величина выручки зависит от ряда факторов. На состояние реализации в условиях рынка активное влияние оказывает маркетинговая политика предприятия. Прежде всего, на величину

выручки влияет принятый способ ценообразования, который в свою очередь является количественным обоснованием способности предприятия выпускать определённую продукцию.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [3]. По окончании периода накопления затраты приводят к образованию активов или расходам.

Расходы - затраты, не приведшие к образованию активов (рис. 2).



Рисунок 2 - Затраты и расходы

Расходы предприятия согласно ПБУ 10/99 [4] классифицируются следующим образом (рис.3).



Рисунок 3 - Классификация расходов

Совокупность расходов по обычным видам деятельности оказывает решающее влияние на формирование всех финансовых показателей. Они являются объектом планирования и контроля со стороны финансовых служб предприятия. Расходами признаются только те затраты, которые участвуют в формировании прибыли определённого периода.

Подводя итог исследованию сущности прибыли необходимо отметить, что прибылью для торгового предприятия служит разница между продажной ценой продукции и ценой их приобретения у производителя, включая издержки обращения. Прибыль предприятия является денежным выражением части прибавочного продукта, характеризующего результаты его финансово-коммерческой деятельности [13].

Финансовый результат завершает цикл деятельности организации, связанный с производством и реализацией продукции, и одновременно выступает необходимым условием начала следующего цикла его деятельности. В связи с этим особую значимость приобретает анализ процесса формирования финансовых результатов.



## 1.2 Методика анализа финансовых результатов предприятия

Анализ прибыли предприятия является, безусловно, одной из важнейших составляющих финансового анализа ее деятельности, направленной на получение прибыли, и основан в значительной степени на данных формы «Отчет о финансовых результатах» бухгалтерской (финансовой) отчетности. Анализ прибыли по данным отчета о финансовых результатах проводится согласно принципу дедукции и позволяет исследовать их формирование.

Методы анализа прибыли представляют собой совокупность теоретико-познавательных категорий, научного инструментария и регулятивных принципов, используемых для исследования процессов функционирования экономических субъектов. Каждый из инструментов анализа может быть назван методом в узком смысле этого слова.

Среди основных методов анализа формы «Отчет о финансовых результатах» организации можно выделить:

- горизонтальный анализ, в рамках которого показатели за исследуемый период сравнивают с аналогичными за другие периоды;
- вертикальный анализ заключается в исследовании структуры показателей посредством постепенного перехода к более низким уровням детализации;
- факторный анализ заключается в исследовании влияния отдельных элементов деятельности предприятия на его основные экономические показатели;
- сравнительный анализ заключается в сопоставлении исследуемых показателей с аналогичными по отрасли или среди основных конкурентов;
- коэффициентный анализ;
- трендовый анализ [8].

Горизонтальный анализ сводится к построению аналитических таблиц, в которых на основании имеющихся абсолютных показателей проводится расчет относительных темпов их роста [8]. Целью горизонтального анализа является выявление абсолютных и относительных изменений в различных статьях

финансовой отчетности за определенный период и оценка этих изменений. Горизонтальный анализ представляет собой сравнение каждой строки финансовой отчетности с предыдущим периодом. Данный метод позволяет определить тенденции изменения отдельных статей и провести исчисление темпов роста.

Вертикальный (структурный) анализ представляет собой исследование структуры итоговых финансовых показателей деятельности предприятия с оценкой влияния каждой рассматриваемой позиции на результат, отраженный в отчетности в целом [8, с.75]. Вертикальный анализ дает возможность проводить оценку деятельности предприятия по относительным показателям, что, в свою очередь, позволяет оценить структуру актива и пассива баланса, определить доли отдельных статей отчетности в валюте баланса. Целью вертикального анализа является расчет удельного веса отдельных статей в итоге баланса и оценки их динамики для того чтобы составить прогноз структурных изменений активов и источников их покрытия.

Горизонтальный и вертикальный виды анализа являются взаимодополняющими. Использование совокупности данных видов анализа позволяет построить сравнительный аналитический баланс, в котором все показатели разбиваются на три группы: показатели структуры баланса; показатели динамики баланса; показатели структурной динамики баланса. Сравнительный аналитический баланс лежит в основе анализа структуры имущества предприятия и источников его формирования.

Сравнительный анализ заключается в сопоставлении значений отдельных групп аналогичных между собой показателей [8, с.78]. При использовании данного метода анализа рассчитываются величины абсолютных и относительных отклонений сравниваемых показателей. Сравнительный анализ предполагает сравнение сводных показателей отчетности предприятия, подразделений, цехов, а также сравнение показателей данной компании с показателями конкурентов, со средними по отрасли и средней величиной производственных показателей. Данный вид анализа позволяет проводить

сравнения: фактических показателей с плановыми для оценки обоснованности плановых решений; фактических показателей с нормативными для выявления внутреннего резерва производства; фактических значений показателей отчетного периода с аналогичными за прошлые годы для выявления динамики изучаемых параметров; фактических значений показателей организации с отчетными данными других предприятий (эталонных или средних по отрасли).

В практике предприятий в основном используются следующие виды сравнительного анализа прибыли [22, с.54]:

1. Сравнительный анализ прибыли исследуемой компании со среднеотраслевыми показателями. В процессе анализа определяется степень отклонения основных результатов финансовой деятельности исследуемого предприятия от среднеотраслевых данных для оценки конкурентной позиции предприятия и определения резерва повышения эффективности его деятельности.

2. Сравнительный анализ значений прибыли исследуемого предприятия и его конкурентов. В процессе данного анализа исследуются слабые стороны деятельности предприятия с целью разработки направлений повышения его конкурентных позиций на рынке.

3. Сравнительный анализ значений прибыли отдельной структурной единицы и подразделения исследуемого предприятия (центров ответственности). Данный анализ проводится с целью получения сравнительной оценки и выявления резерва повышения эффективности деятельности его внутренних подразделений.

4. Сравнительный анализ фактических и нормативных значений прибыли. Данный вид анализа составляет основу контроля текущей деятельности предприятия. В процессе анализа определяется степень отклонения фактических показателей от нормативных, выявляются причины этих отклонений и разрабатываются направления корректировки конкретных направлений деятельности предприятия.

Сравнительный анализ является наиболее важным разделом анализа показателей деятельности предприятия. Он дает возможность получить информацию не только о делах предприятия в сравнении с его прошлым положением, но и в сравнении с другими аналогичными предприятиями. При этом важным моментом является, чтобы балансы сравниваемых предприятий были сопоставимы. При подобных сравнениях необходимо учитывать соответствие исследуемых периодом, размеры предприятия, правила его отнесения к той или иной отрасли и т.п.

Сравнение показателей одного предприятия может указывать на улучшение ситуации, в то время как внутриотраслевое сравнение может говорить негативной динамики в результатах деятельности предприятия согласно отраслевым меркам. Сравнительный анализ предприятий имеет особое значение в условиях меняющейся экономической ситуации для потенциальных инвесторов, банков, деловых партнеров, налоговых органов, региональных и федеральных органов власти и других заинтересованных лиц.

Факторный анализ заключается в оценке влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель деятельности предприятия на основании использования детерминированных и стохастических методов исследования [8, с.78].

Коэффициентный анализ – это изучение уровня и динамики относительных показателей финансовых результатов (рентабельности), рассчитываемых как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета [8, с.78]. При анализе финансовых коэффициентов их значения сравниваются с базовыми величинами, а также изучается их динамика за отчетный период и ряд смежных отчетных периодов.

Трендовый анализ – часть перспективного анализа, необходим в управлении для финансового прогнозирования [8, с.78]. Тренд определяется на основе анализа временных рядов следующим образом: строится график возможного развития основных показателей организации, определяется

среднегодовой темп прироста и рассчитывается прогнозное значение показателя. Это самый простой способ финансового прогнозирования.

Рассмотренные методы применяются на всех этапах анализа прибыли предприятия, итогом которого является формирование обобщающих показателей деятельности предприятия. При формировании данных показателей проводится исследование: технико-организационных и других условий деятельности предприятия; использования производственных ресурсов (основных средств, материальных ресурсов, труда и заработной платы); объема, структуры и качества продукции; затрат и себестоимости продукции. Большинство аналитических методов применяется в комплексе с различными типами моделей, позволяющих проводить структуризацию и идентификацию связи между показателями.

Анализ отчета о финансовых результатах состоит из трех этапов [14, с.44]:

1. Подготовительного этапа.
2. Предварительного обзора отчетности предприятия.
3. Экономического чтения и анализа показателей отчетности предприятия.

Целью первого этапа является оценка подготовленности отчетности к чтению: проводится проверка верности и ясности заполнения отчета о финансовых результатах и все промежуточные итоги, наличие всех необходимых реквизитов.

Второй этап заключается в знакомстве с пояснительной запиской к отчетности, оценке условий, при которых предприятие осуществляло деятельность в отчетном периоде, а также исследование тенденций в динамике основных показателей производственно-финансовой деятельности предприятия.

Третий этап это ключевой и основной этап в анализе отчета о финансовых результатах. В рамках данного этапа проводится расчет и оценка

динамики ряда показателей, которые используются для пространственно-временного сопоставления.

Главная особенность построения этапов проведения анализа о финансовых результатах – их логическая взаимосвязь: каждый предыдущий этап является основой последующего этапа; каждый следующий этап является логическим завершением предыдущего. Поэтому качество анализа и его результаты зависят от правильности постановки и решения задач на каждом из этапов.

### 1.3 Информационная основа проведения анализа финансовых результатов

Согласно федеральному закону «О бухгалтерском учете» бухгалтерская (финансовая) отчетность - информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период [1]. Данная информация предоставляется в утвержденных Министерством финансов РФ формах, которые отражены в ПБУ 4/99. На сегодняшний день существуют три основных нормативно-правовых акта, регламентирующих порядок ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности: Федеральный закон «О бухгалтерском учете»; ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» [5] и Приказ МинФина РФ № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [2].

Информационной базой для анализа финансовых результатов деятельности предприятия согласно федеральному закону «О бухгалтерском учете» [1], ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» [5] и Приказу МинФина РФ № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [2] являются формы «Отчет о финансовых результатах» и «Бухгалтерский баланс».

Отчет о финансовых результатах – это новое название хорошо известной бухгалтерам формы «Отчет о прибылях и убытках». Название поменялось, начиная с отчета за 2012 год [2]. При этом суть и состав показателей отчета не

претерпел изменений, то есть это табличное представление финансовых результатов деятельности организации за определенный период.

Бухгалтерский баланс - это свод информации о стоимости имущества и обязательствах организации, представленный в табличной форме. Баланс состоит из двух разделов «Актив» и «Пассив». «Актив» всегда должен быть равен «Пассиву», именно поэтому форма отчета носит название Баланс.

Финансовая отчетность формируется на основе бухгалтерской отчетности, соответственно следует разделять эти понятия. В связи с тем, что в России слабо развит институт сводной отчетности, использование бухгалтерской отчетности в качестве финансовой затруднено.

К финансовой отчётности предъявляются следующие требования.

1. *Обязательность* финансовой отчётности вытекает из самой природы функционирования рыночной экономики. Согласно законодательству, любое предприятие, занимающееся хозяйственной деятельностью, обязано предоставить отчетность в определенном объеме по утвержденной форме в установленные сроки. В первую очередь это требуется для начисления и уплаты налогов, а также для формирования сводных данных по показателям экономического развития страны и региона.

2. *Государственное регулирование* финансовой отчётности обусловлено необходимостью обобщения показателей отчётности отдельных предприятий, отраслей в разрезе, предусмотренном Федеральной службой статистики РФ, поэтому для предприятий всех отраслей устанавливаются единые показатели и единые формы отчётности, а также правила составления и сроки предоставления финансовой отчётности.

3. Финансовые отчёты должны быть доступными для понимания. Финансовая отчетность является информационной базой при принятии управленческих решений, следовательно, для этого требуется соответствие отчетности таким характеристикам как *уместность* и достоверность. Отчетную информацию можно считать уместной, когда она оказывает влияние на

результат стоимостной оценки или на решение, которое будет принято в настоящее время или с учетом прогноза на будущее

На уместность информации влияют такие факторы:

- своевременность поступления данных с помощью регламентирования сроков сопоставления данных отчетного периода, которые используются для оперативного управления хозяйственной деятельностью предприятия;
- значимость и ценность данных для прогнозирования и сравнения результатов.

4. *Достоверность* данных отчетности подтверждается в первую очередь данными всех видов учета (перед составлением годовой отчетности в установленные сроки на предприятии проводится инвентаризация). На достоверность (надежность) информации влияют следующие факторы: правдивость; нейтральность; осмотрительность; возможность проверки.

5. Точность финансовой отчетности обеспечивается правильным отражением данных синтетического и аналитического учета в соответствующих статьях отчетных форм. Полнота отчетности – это необходимость и обязательность заполнения всех показателей форм отчетности. *Своевременность предоставления* отчетности имеет важное значение для правильного и своевременного принятия управленческих решений. Несвоевременное предоставление усложняет управление предприятием, приводит к необоснованным решениям. Ответственность за своевременное предоставление, достоверность, точность и полноту показателей отчетности возлагается на руководителя и главного бухгалтера.

6. *Методологическое единство расчетов показателей* заключается в том, что одинаковые показатели в отчетности на всех предприятиях независимо от вида деятельности и формы собственности необходимо определять по единой методологии.

7. *Сопоставимость показателей* отчетности является одним из важных требований к ней. Финансовая отчетность должна быть сопоставима с



показателями предыдущих отчетов и показателями отчетности других предприятий.

8. *Простота и ясность* отчетности предусматривает создание таких форм отчетов, которые были бы понятны не только узкому кругу специалистов, а и всему трудовому коллективу предприятий, акционерам, инвесторам.

9. *Доступность и гласность* отчетности подразумевает возможность ознакомления с данными форм отчетности широкого круга пользователей.

10. Отчетность должна быть *рациональна*, то есть должна содержать разумный минимальный объем необходимых для управления отчетных показателей.

11. *Экономичность* отчетности заключается в том, что затраты труда и средств на составление отчетности должны быть предельно минимальны.

12. *Действенность* – необходимость проведения анализа отчетных данных, выявление недостатков деятельности предприятия и внутренних резервов производства.

Таким образом, прибылью для торгового предприятия служит разница между продажной ценой товаров и ценой их приобретения, включая издержки обращения. Одним из методов оценки эффективности управления прибылью на предприятии является расчет показателей рентабельности - показатель, комплексно характеризующим эффективность деятельности предприятия.

## Глава 2. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Астрикс Групп»

### 2.1 Технико-экономическая характеристика организации

Общество с ограниченной ответственностью «Астрикс Групп» зарегистрировано 07.05.2010 г. по адресу: 446001, Самарская область, г. Сызрань, ул. Смолина, 5 оф. 22. Общество имеет самостоятельный баланс, печать, штампы, бланки со своим наименованием, расчетные и иные счета в банках Самарской области. Общество действует на основании полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости, ведет оперативный, бухгалтерский, статистический учеты в установленном порядке. Деятельность Общества осуществляется с применением наемного труда в соответствии с трудовым и гражданским законодательством РФ.

Директор Общества самостоятельно организует производственно-хозяйственную деятельность Общества в соответствии с Уставом и постановлениями участника Общества; осуществляет руководство трудовым коллективом Общества; распоряжается в пределах предоставленных ему полномочий имуществом и денежными средствами Общества и выполняет иные функции по постановлению участника – учредителя Общества.

ООО «Астрикс Групп», цель которого состоит в удовлетворении общественных потребностей населения, осуществлении хозяйственной деятельности и извлечение прибыли.

Основным видом деятельности предприятия в соответствии с учредительными документами является оптовая торговля моторным маслом, включая авиационный бензин (код вида экономической деятельности по классификатору ОКВЭД 51.51.2 Оптовая торговля моторным топливом, включая авиационный бензин).

Организационная структура ООО «Астрикс Групп» представлена на рис. 4.



Рисунок 4 - Организационная структура ООО «Астрикс Групп»

В компании существует 6 отделов:

- финансовый отдел во главе с финансовым директором;
- коммерческий отдел во главе с руководителем коммерческого отдела;
- производственный отдел во главе с начальником производства;
- отдел маркетинга, который подчиняется непосредственно генеральному директору;
- отдел персонала;
- отдел безопасности, во главе с заместителем генерального директора по безопасности.

На данный момент это оптимальная организационно-производственная структура, но учитывая то, что компания с каждым днем расширяется, в ближайшее время эта структура будет меняться, будут появляться новые отделы и расширяться уже имеющиеся.

Сотрудники, которые работают в ООО «Астрикс Групп», имеют достаточно высокую квалификацию кроме сотрудников склада, на данной позиции работают трудовые мигранты. Руководители отделов, сотрудники финансового, коммерческого отделов, отдела персонала и отдела маркетинга имеют высшее образование. Набор в компанию проходит очень тщательно:

первоначально претенденты заполняют анкеты, где указывают свои навыки, затем при удовлетворении анкетных данных человек приглашается на собеседование. Всего на 01 января 2016 года в компании работало 212 человек.

Проведем анализ основных технико-экономических показателей развития ООО «Астрикс Групп» (табл.1).

Таблица 1 - Основные технико-экономические показатели развития ООО «Астрикс Групп»

№ п/п	Показатели	2014 г.	2015 г.	Абсолютный прирост (+/-)	Темп прироста (%)
1	Выручка	45 700	63 829	18 129	139,67
2	Расходы по обычной деятельности	35 513	48 304	12 791	136,02
3	Валовая прибыль (с.2-с.1)	10 187	15 525	5 338	152,40
4	Проценты к уплате	3 286	3 305	19	100,58
5	Прочие доходы	-	-	-	-
6	Прочие расходы	2 247	1 401	-846	62,35
7	Налоги на прибыль (доходы)	1 578	2 980	1 402	188,85
8	Чистая прибыль (убыток)	3 076	7 839	4 763	254,84
9	Численность работающих	209	212	3	101,44
10	Фонд оплаты труда	55890	65893	10 003	117,90
11	Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	28,69	32,14	3,45	112,04
12	Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	22,29	24,32	2,03	109,11
13	Расходы по обычной деятельности на 1 рубль реализованных услуг (п.2/п.1)	0,78	0,76	-0,02	97,39
14	Производительность труда (п.1/п.9)	218,66	301,08	82	137,69
15	Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	22,28	25,90	3,62	116,23

За 2014-2015 гг. выручка предприятия выросла на 18129 тыс.руб., а расходы по основной деятельности на 12 791 тыс.руб. Положительной тенденцией является превышение темпов роста выручки (+39,67%) над темпами роста расходов по обычной деятельности(+36,02%). Данная тенденция привела к росту валовой прибыли на 5 338 тыс.руб. или 52,40%. Рост прибыли предприятия привел к росту налогов на 1 402 тыс. Руб. или 88,85%. При этом чистая прибыль предприятия выросла на 4 763 тыс.руб. или 154,84%, что является очень хорошим результатом. Выявленные положительные тенденции

в динамике финансовых результатов деятельности ООО «Астрикс Групп» привели к росту показателей рентабельности.

Численность работающих в ООО «Астрикс Групп» в 2015 г. увеличилась по сравнению с 2014 г. на 3 чел. Это положительно сказалось на производительности труда, которая выросла на 82 тыс.руб. / чел. или 37,69%. Фонд оплаты труда вырос на 10 003 тыс. руб. или 17,9%. Увеличение фонда оплаты труда было связано не только с ростом численности персонала, но и с ростом среднемесячной заработной платы на 3,62 тыс.руб. или 16,23%. В целом можно отметить положительную динамику в развитии ООО «Астрикс Групп».

## 2.2 Анализ состава, динамики и структуры прибыли организации

Анализ прибыли предприятия включает в качестве обязательных элементов, во-первых, оценку изменений по каждому показателю за анализируемый период («горизонтальный анализ» показателей); во-вторых, оценку структуры показателей прибыли и изменений их структуры («вертикальный анализ» показателей); в-третьих, изучение хотя бы в самом общем виде динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов («трендовый анализ» показателей); в-четвертых, выявление факторов и причин изменения показателей прибыли и их количественную оценку.

Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах (см. Приложение) ООО «Астрикс Групп» приведен в таблице 2.

Таблица 2 - Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «Астрикс Групп»

Показатели	2013 г., тыс.руб.	2014г., тыс.руб.	Изменение		2015 г., тыс.руб.	Изменение	
			абс., тыс.руб.	отн., %		абс., тыс.руб.	отн., %
Выручка	924	45 700	44 776	4845,89	63 829	18 129	39,67
Расходы по обычной деятельности	4952	35 513	30 561	617,145	48 304	12 791	36,02
Проценты к уплате	402	3 286	2 884	717,413	3 305	19	0,58
Прочие доходы	1	-	-	-	-	-	-
Прочие расходы	263	2 247	1 984	754,373	1 401	-846	-37,65
Налоги на прибыль (доходы)	-	1 578	-	-	2 980	1 402	88,85
Чистая прибыль (убыток)	-4694	3 076	7 770	-165,53	7 839	4 763	154,84

Согласно таблице 2 за период 2013-2015 г. наблюдается прирост всех показателей деятельности предприятия. Рассмотрим изменение показателей отчета о прибылях и убытках предприятия в 2014 г. по сравнению с 2013 г. В 2014 г. наблюдается достаточно резкий прирост всех показателей отчета о прибылях и убытках ООО «Астрикс Групп», что было связано с открытием сразу нескольких салонов продаж. В 2013 г. предприятие сработало с убытком, так вложило значительные средства в подготовку к открытию новых салонов, которые начали работать и приносить доход только в 2014 г.

Далее рассмотрим показатели работы предприятия в 2015 г. по сравнению с 2014 г. Выручка от продажи продукции ООО «Астрикс Групп» выросла с 45700 тыс.руб. в 2014 г. до 63 829 тыс.руб. в 2015 г. (+39,67% к уровню 2014 г.). Рост объемов продаж привел к росту себестоимости реализованной продукции, которая выросла в 2015 г. на 36,02% к уровню 2014 г. Необходимо отметить, что темпы роста выручки опережают темпы роста себестоимости на 3,65 п.п., что говорит о росте торговой наценки предприятия и соответственно, увеличении прибыли.

Расходы ООО «Астрикс Групп», связанные с уплатой процентов выросли на 19 тыс.руб. или 0,58%, а прочие расходы предприятия сократились с 2 247 тыс.руб. в 2014 г. до 1 401 тыс.руб. в 2015 г. В итоге на фоне роста выручки и снижение расходов предприятия вырос размер прибыли до налогообложения и соответственно размер налога на прибыль. Налог на прибыль вырос с 1 578 тыс.руб. в 2014 г. до 2 980 тыс.руб. в 2015 г., т.е. на 88,85%. В итоге выявленных тенденций чистая прибыль ООО «Астрикс Групп» выросла в 2015 г. на 154,84% к уровню 2014 г. и составила 7839 тыс.руб. Темпы роста чистой прибыли превышают темпы роста выручки. Данная тенденция указывает на рациональность используемой политики предприятия по формированию и распределению прибыли.

Далее проведем вертикальный анализ отчета о финансовых результатах представленного в Приложении (табл. 3).

Таблица 3 - Вертикальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «Астрикс Групп»

Показатели	2013 г.		2014г.		Изме- нение уд. вес., п.п	2015г.		Изме- нение уд. вес., п.п
	абс., тыс.руб.	уд. вес, %	абс. , тыс.руб.	уд. вес, %		абс. , тыс.руб.	уд. вес, %	
Выручка	924	100	45 700	100	0	63 829	100,0	0,00
Расходы по обычной деятельности	4952	535,93	35 513	77,7	-458,22	48 304	75,68	-2,03
Проценты к уплате	402	43,51	3 286	7,19	-36,32	3 305	5,18	-2,01
Прочие расходы	263	28,46	2 247	4,92	-23,5	1 401	2,19	-2,72
Налоги на прибыль (доходы)	-		1 578	3,45	3,45	2 980	4,67	1,22
Чистая прибыль (убыток)	-4694	-508,01	3 076	6,73	514,74	7 839	12,28	5,55

Согласно таблице 3 доля чистой прибыли в выручке ООО «Астрикс Групп» за исследуемый период выросла с -508,01% в 2013 г. до 6,73% в 2014 г. и еще до 12,28% в 2015 г. Это было вызвано сокращением доли расходов от обычной деятельности на 2,03 п.п., процентов к уплате на 2,01 п.п. и прочих расходов на 2,72%.

Анализ прибыли предприятия будет не полным без анализа издержек обращения ООО «Астрикс Групп», включаемых в себестоимость, т.к. они непосредственно связаны с прибылью предприятия (уменьшают размер прибыли остающейся в его распоряжении) (таблица 4).

Согласно таблице 4 основными статьями в издержках обращении ООО «Астрикс Групп» являются расходы на оплату труда, которые выросли с 110 тыс.руб. в 2013 г. до 5190 тыс.руб. в 2014 г. (на 4713%) и еще выросли до 7332 тыс.руб. в 2015 г. (на 38,32%). Значительный рост расходов на оплату труда в 2014 г. по сравнению с 2013 г. был связан с ростом численности сотрудников предприятия ввиду открытия дополнительных салонов продаж. Соответственно выросли и расходы на социальные нужды, которые рассчитываются от общей заработной платы сотрудника.

Таблица 4 - Динамика и состав издержек обращения ООО «Астрикс Групп» в 2013-2015гг.

Наименование издержек	2013 г., тыс.руб.	2014 г., тыс.руб.	Отклонение		2015 г., тыс.руб.	Отклонение	
			абс. , тыс.руб.	отн., %		абс. , тыс.руб.	отн., %
Транспортные расходы	7	79	71	1105,67	65	-14	82,68
Расходы на оплату труда	110	5301	5190	4813,79	7332	2031	138,32
Отчисления на социальные нужды	10	416	406	4224,79	621	205	149,24
Амортизация основных средств	7	448	442	6436,93	842	393	187,73
Расходы на содержание автотранспорта	35	2719	2684	7749,94	4028	1309	148,13
Расходы на топливо, эл.энергию	3	61	58	2127,11	60	-2	97,23
Потери товаров и брак	4	163	159	4596,48	145	-18	88,86
Отчисления в фонд подготовки кадров	0	13	12	5331,24	23	10	182,52
Расходы на ремонт основных средств	4	126	122	3589,37	571	446	454,49
Отчисления в страховые фонды	1	37	36	3010,68	16	-21	43,47
Налоги и сборы	3	405	402	12806,7	631	225	155,66
Прочие расходы	9	794	785	8745,85	1963	1169	247,23
ИТОГО издержек	193	10561	10369	5479,36	16296	5734	154,30
Издержки обращения в % к объему реализации	20,86	23,11	2,25	110,79	25,53	2,42	110,47

В целом, рост издержек обращения наблюдается по большинству статей расходов ООО «Астрикс Групп». Исключение составляют: транспортные расходы, расходы на топливо и электроэнергию, потери товаров и брак, налоги. В итоге издержки обращения выросли со 193 тыс.руб. в 2013 г. до 10369 тыс.руб. в 2014 г. (+5379,36%) и выросли до 16296 тыс.руб. в 2015 г. (+54,3%).

По результатам таблицы 4 также можно увидеть что ООО «Астрикс Групп» не ведет маркетинговую деятельность и не выделяет средств на рекламирование и продвижении своей продукции, что могло бы повысить доходы и соответственно прибыль ООО «Астрикс Групп».

### 2.3 Оценка уровня рентабельности организации

На основании отчета о финансовых результатах ООО «Астрикс Групп» проведем оценку динамики показателей рентабельности предприятия. Так как в



ООО «Астрикс Групп» используется упрощенная форма отчетности малого предприятия, то можно оценить всего лишь пять показателей рентабельности.

Проведем их расчет:

1. Рентабельность обычной деятельности:

$$K_{роб} = \frac{B - P_{об.д.}}{P_{об.д.}}, \quad (1)$$

где В – выручка;  $P_{об.д.}$  – расходы по обычной деятельности.

$$2013 \text{ г.: } K_{роб} = \frac{924 - 4952}{4952} = -0.813;$$

$$2014 \text{ г.: } K_{роб} = \frac{45700 - 35513}{35513} = 0.287;$$

$$2015 \text{ г.: } K_{роб} = \frac{63829 - 48304}{48304} = 0.321.$$

Рентабельность всей деятельности малого предприятия:

$$K_{ро} = \frac{ЧП}{P_{об.д.} + P_{пр.}}, \quad (2)$$

где ЧП – чистая прибыль;  $P_{пр.}$  – прочие расходы.

$$2013 \text{ г.: } K_{ро} = \frac{-4694}{4952 + 263} = -0.900;$$

$$2014 \text{ г.: } K_{ро} = \frac{3076}{35513 + 2247} = 0.081;$$

$$2015 \text{ г.: } K_{ро} = \frac{7839}{48304 + 1401} = 0.158.$$

Предельная рентабельность:

$$K_{рн} = \frac{ЧП}{P_{об.д.}}. \quad (3)$$

$$2013 \text{ г.: } K_{рн} = \frac{-4694}{4952} = -0.948;$$

$$2014 \text{ г.: } K_{рн} = \frac{3076}{35513} = 0.087;$$

$$2015 \text{ г.: } K_{рн} = \frac{7839}{48304} = 0.162.$$

Рентабельность совокупных активов по чистой прибыли:

$$K_{ca} = \frac{ЧП}{A_{cp.}}, \quad (4)$$

$A_{cp.}$  - средняя величина совокупных активов.

$$2013 \text{ г.: } K_{ca} = \frac{-4694}{(1781+7973)/2} = -0.962;$$

$$2014 \text{ г.: } K_{ca} = \frac{3076}{(7973+33414)/2} = 0.149;$$

$$2015 \text{ г.: } K_{ca} = \frac{7839}{(33414+31691)/2} = 0.241.$$

Рентабельность оборотных средств по чистой прибыли:

$$K_{ca} = \frac{ЧП}{OC_{cp.}} \quad (5)$$

где  $OC_{cp.}$  – средняя величина оборотных активов.

$$2013 \text{ г.: } K_{ca} = \frac{-4694}{(1781+6539)/2} = -1.128$$

$$2014 \text{ г.: } K_{ca} = \frac{3076}{(6539+16864)/2} = 0.263$$

$$2015 \text{ г.: } K_{ca} = \frac{7839}{(16864+17346)/2} = 0.458$$

$O_{cp}$  - средняя за период величина оборотных средств.

Сведем все рассчитанные показатели рентабельности в таблицу 5.

Таблица 5 - Показатели рентабельности деятельности ООО «Астрикс Групп»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2013 г.	2015 г.	2015 г. к 2014 г.
Рентабельность обычной деятельности	-0,813	0,287	-35,27	0,321	112,04
Рентабельность всей деятельности малого предприятия	-0,900	0,081	-9,05	0,158	193,60
Предельная рентабельность	-0,948	0,087	-9,14	0,162	187,36
Рентабельность совокупных активов по чистой прибыли	-0,962	0,149	-15,44	0,241	162,00
Рентабельность оборотных средств по чистой прибыли	-1,128	0,263	-23,30	0,458	174,34

Согласно табл.5 в 2013 г. деятельность ООО «Астрикс Групп» характеризуется как нерентабельная. Начиная с 2014 г. ситуация изменилась,

предприятие получало прибыль и поэтому его деятельность стало рентабельной.

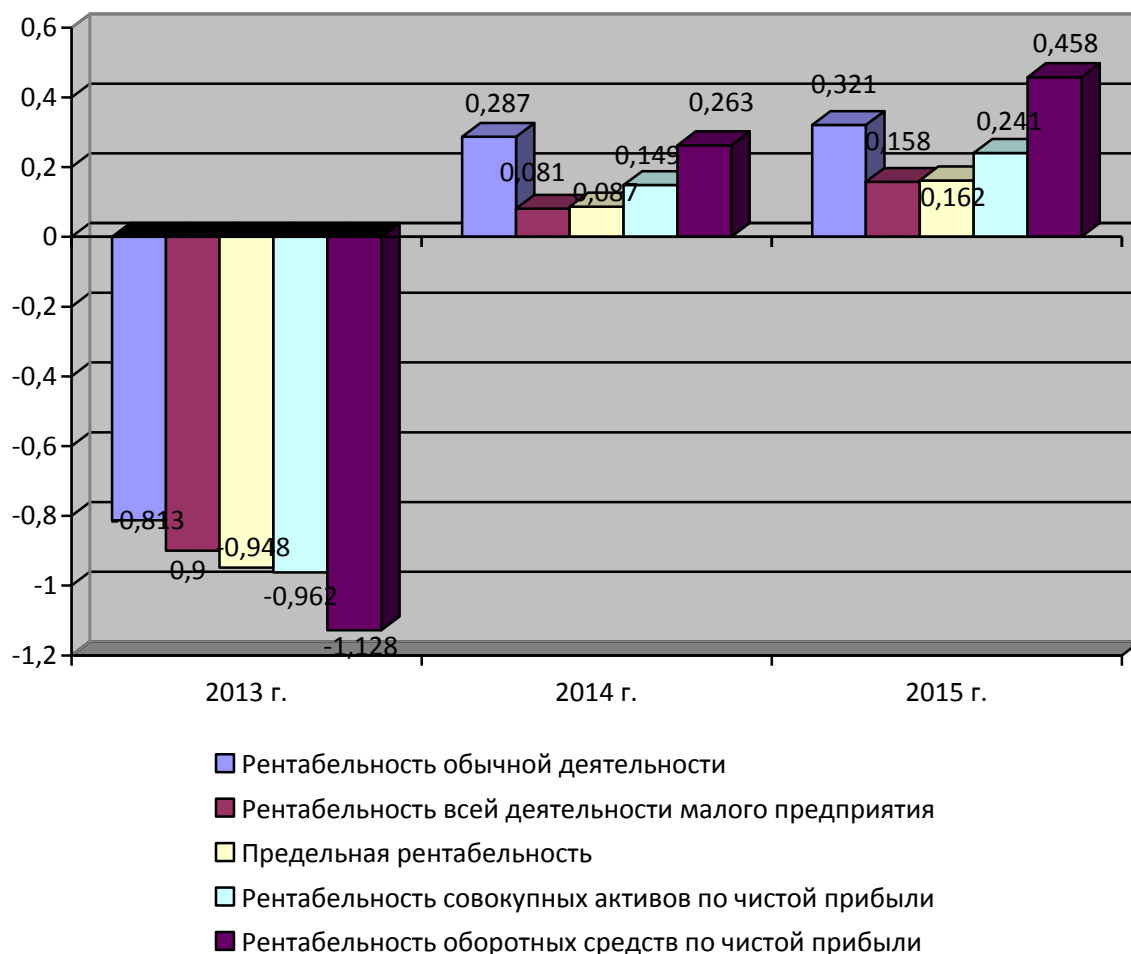


Рисунок 5 - Динамика показателей рентабельности ООО «Астрикс Групп»

При этом показатели рентабельности выросли в 2015 г. по сравнению с 2014 г. Так рентабельность обычно деятельности выросла на 12,04%, что было вызвано ростом выручки предприятия и сокращения прочих расходов. Рентабельность всей деятельности ООО «Астрикс Групп» выросла на 93,60%, что было связано с превышением темпов роста выручки над темпами роста расходов по обычно деятельности. Предельная рентабельность предприятия выросла на 87,36%, что было связано с превышением темпов роста чистой прибыли, над темпами роста расходов по основной деятельности. Рентабельность активов выросла на 62% за счет за счет роста эффективности их использования и увеличения их отдачи. Рентабельность оборотных средств увеличилась на 74,34% ввиду роста показателей оборачиваемости оборотных

активов. Таким образом, на предприятии наблюдается рост рентабельности деятельности (рис. 5).

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. ООО «Астрикс Групп» занимается оптовой торговлей моторных масел.
2. За период 2013-2015 г. темпы роста чистой прибыли ООО «Астрикс Групп» превышают темпы роста выручки. Данная тенденция указывает на рациональность используемой политики предприятия по формированию и распределению прибыли.

3. Доля чистой прибыли в выручке ООО «Астрикс Групп» за исследуемый период выросла до 12,28% в 2015 г. Это было вызвано сокращением доли расходов от обычной деятельности, процентов к уплате и прочих расходов на 2,72%.

4. Негативное влияние на формирование прибыли ООО «Астрикс Групп» оказывает структурный фактор, но положительное влияние объема реализованной продукции, средних цен реализации и себестоимости реализованной продукции компенсировало это негативное влияние и в итоге предприятие получило прирост прибыли от реализации в размере 5338 тыс.руб.

5. До 2015 г. у ООО «Астрикс Групп» не было средств на формирование фонда накопления и поэтому его финансовое состояние было кризисным. В настоящее время предприятие имеет в фонде накопления 5288 тыс.руб., что позволит ему улучшить свое финансовое положение.

6. Основным недостатком предприятия в планировании распределения прибыли является его отсутствие.

### Глава 3. Направления улучшения финансовых результатов деятельности ООО «Астрикс Групп»

#### 3.1 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятия

В настоящее время доставка крупных партий масел, приобретенных в ООО «Астрикс Групп» до склада оптового покупателя осуществляется транспортно-логистическими компаниями, а небольших партий масел – водителями на автотранспорте, принадлежащем ООО «Астрикс Групп». Однако поскольку водители работают на постоянной основе, это требует значительных расходов на оплату труда и компенсацию расходов на автомобиль. В то время как основную массу составляют крупные партии поставок масел, то есть штатные водители предприятия часто сидят без работы. По нашему мнению, более эффективным будет заключение договора с транспортной компанией и несение транспортных расходов только по фактическим заказам.

Сравнение собственной и внешней службы доставки по г. Сызрань приведено в таблице 6.

Таблица 6 - Сравнение собственной и внешней службы доставки

Собственная служба доставки	Аутсорсинг
1	2
Организация службы доставки: набор и обучение курьеров и выделенного персонала для работы с ними, разработка схемы взаимодействия подразделений компании, организация кассового сопровождения продажи. Возможны временные и финансовые затраты, а также ошибки и потери при транспортировке.	Опыт и наличие отработанных процессов. Готовая служба доставки с отлаженными в работе с другими клиентами процессами.
Управление штатом отдела доставки.	Гарантия доставки.
Недоверие к курьерам.	Гарантия сохранности товара и возврата денег. Традиционно по договору аутсорсинга транспортная компания возмещает 100% стоимости товара в случае потери.
Срывы сроков в периоды пиковых нагрузок.	Правильно выбранная курьерская служба поддерживает постоянный запас ресурсов для оперативной обработки заказов своих клиентов.
Затраты на организацию службы доставки. Организация собственной службы доставки - это не только штат курьеров, но и штат дополнительного персонала для работы с	При работе с транспортной компанией менеджеру остается только передать все заказы одному курьеру и получить деньги за доставленные заказы за предыдущий период по реестру.

1	2
ними: - персонал для планирования маршрутов, приема отказов и переносов. - необходимость набора, обучения и оформления экспедиторов. - рабочие места и связанные социальные гарантии	Кроме того, услуги службы доставки списываются на расходы, что уменьшает налогооблагаемую базу.

Доверяя организацию логистики заказов аутсорсинговой курьерской службе, ООО «Астрикс Групп» избавляется от одного из самых сложных бизнес-процессов в компании. Используя качественный и отлаженный сервис внешних аутсорсеров вместо организации собственной службы доставки, можно направить больше времени и средств на увеличение доходов предприятия, а не обеспечение внутренних процессов.

Кроме того, привлечение внешних исполнителей позволит сократить затраты на персонал, ГСМ, содержание и эксплуатацию транспорта. Свободные финансовые ресурсы можно будет разместить в более доходные (на сегодняшний день) источники, такие как строительство собственных складов для хранения товаров. Складские помещения как часть внеоборотных активов увеличат размер активов компании, при этом они не подвержены такому износу как транспорт.

Конечно, вложения во внеоборотные активы временно снизят ликвидность компании, однако ориентируясь на текущую ситуацию ООО «Астрикс Групп» вполне может себе это позволить. После ввода в эксплуатацию склада сразу же сократятся затраты на аренду помещений, а также появится возможность получения внереализационных доходов от сдачи части помещений в аренду сторонним организациям.

Для привлечения новых клиентов и увеличения объема продаж в ООО «Астрикс Групп» необходимо начать с создания интернет сайта предприятия. Основные задачи, которые должно ставить перед собой руководство предприятия при разработке веб-сайта должны быть следующими:

1. Увеличение объемов выручки предприятия;

2. Увеличение базы корпоративных клиентов;
3. Сокращение расходов на рекламу;
4. Рост узнаваемости предприятия;
5. Повышение конкурентных преимуществ предприятия.

Целесообразность создания сайта в современных условиях определяются следующими моментами:

1. Быстрое развитие Интернета в России стремительно увеличивает численность интернет-пользователей.

2. Активное вовлечение интернета во все сферы жизнедеятельности человека делает его первоочередным источником для получения информации.

3. Интернет позволяет привлекать территориально удаленных клиентов.

4. Интернет позволяет клиентам получать информацию о предприятии и его деятельности 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

5. Клиент, пришедший в компанию через интернет, является уже достаточно подготовленным в вопросах возможностей предприятия, его ассортимента, имеющихся лицензиях и сертификатах и т.д. На такого клиента менеджеры предприятия будут тратить гораздо меньше времени. Такого клиента можно сравнить с клиентом «по рекомендации».

Размер сайта практически неограничен: можно детально описать весь ассортимент выпускаемой продукции, давать все необходимые разъяснения, выкладывать фото производства, результаты работы предприятия. Можно выкладывать благодарности от крупных клиентов, что увеличит доверие потенциальных клиентов к новому для них предприятию.

6. В транспортной отрасли достаточно мало предприятий, имеющих свой сайт, однако в последнее время наметилась тенденция осознания его важности. Ввиду этого ООО «Астрикс Групп» необходимо как можно скорее создать интернет-сайт, чтобы своевременно занять свою нишу в сети. Также это

необходимо сделать ввиду того, что поисковым системам требуется время для индексирования новой страницы и включения ее в результаты поиска.

7. Возможность для сотрудников предприятия шире реализовать свой потенциал. Например, они могут писать статьи в которых будут делиться успешным опытом различных мероприятий, могут проводить консультирование клиентов через сайт, что значительно сократит время на общение с клиентом и т.д.

Проведем расчет затрат, необходимых для создания интернет-сайта ООО «Астрикс Групп» (таблица 7). Предполагается, что его созданием будет заниматься специализированная компания, так как в штате ООО «Астрикс Групп» нет подобных специалистов, но сотрудники предприятия будут принимать участие в наполнении сайта.

Таблица 7 - Расчет затрат на создание интернет-магазина для ООО «Астрикс Групп»

№ п/п	Наименование затрат	Сумма, руб.
1.	Подготовка контента Интернет- сайта (текст сайта, таблицы и графика сайта)	2 000
2.	Разработка и отладка Интернет- сайта	6 000
3.	Подготовка материалов для передачи клиентам в электронном виде	1 000
4.	Раскрутка (реклама) сайта в Интернете	25 000
5.	Сопровождение, поддержка и обновление Интернет-сайта в течение года	5 000
6.	Дополнительные организационные расходы предприятия (затраты на оплату хостинга)	1500
	Итого:	40500

Согласно табл. 7 для создания интернет-сайта ООО «Астрикс Групп» необходим объем финансирования в размере 40 500 руб. Финансирование создания Интернет-магазина будет осуществляться за счет собственных средств предприятия.

После создания сайта ООО «Астрикс Групп» сможет активно увеличивать свое присутствие в сети и продвижение своих услуг. Согласно данным Министерства связи и массовых коммуникаций РФ количество интернет-пользователей в России составляет около 70 млн человек, из которых



активными пользователями сети являются 55 млн человек [47]. При этом согласно данным Фонда «Общественного мнения» за последний год российская аудитория интернета выросла чуть более чем на 17% (на 18% годом ранее) [18]. Ввиду этого можно сделать вывод, что сегодня в России около 49% населения пользуется интернетом, причем это в основном трудоспособная часть населения. Данные обстоятельства указывают на возможность активного поиска работников в сети.

Быстрое развитие и распространение интернета привело к росту популярности социальных сетей, как в мире, так и в России. По данным comScore сегодня в России социальные сети используют 88% всех интернет-пользователей, что составляет 61,6 млн человек [33].

Аналитическая группа компании «Яндекс» периодически проводит исследование развития интернета в регионах России (рис. 1). Согласно полученным в 2015 г. результатам в каждом регионе наблюдается высокий процент людей, пользующихся социальными сетями и высокие темпы их прироста по сравнению с 2014 г.

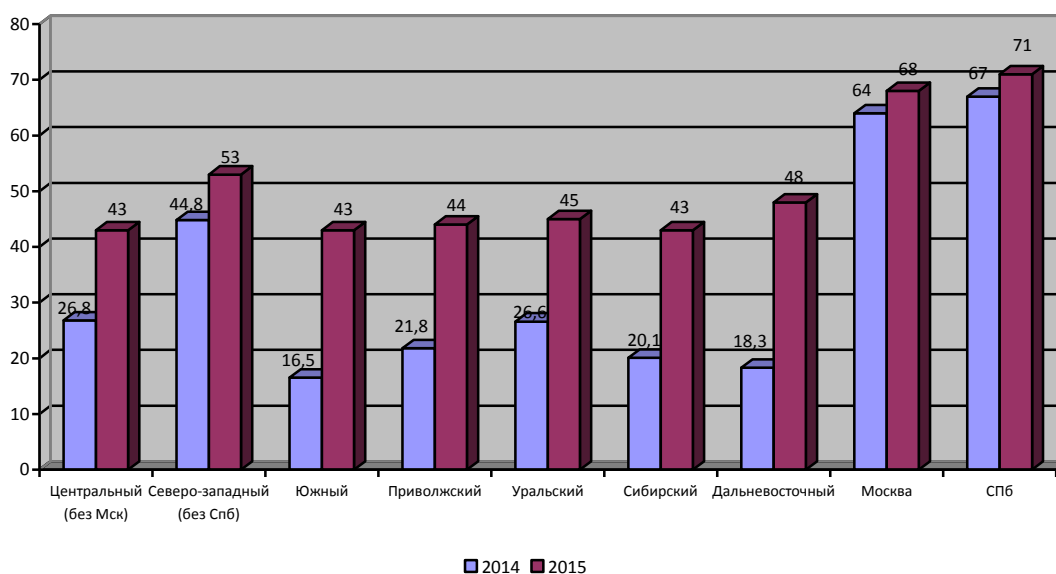


Рисунок 1 - Показатели использования социальных сетей в России в 2014-2015 гг., % от численности населения

В зависимости от направления деятельности фирмы, финансового состояния и наличия кадровых ресурсов, компании подбирают способ

презентовать себя в социальных сетях. Иногда встречаются небольшие фирмы, которые не имеют своего сайта, а пользуются только профилями в соцсетях. Поэтому на данном этапе развития маркетинговых коммуникаций рекламу в социальных сетях для ООО «Астрикс Групп» следует использовать как вспомогательный элемент продвижения товаров.

Применительно к деятельности ООО «Астрикс Групп» цель SMM состоит в увеличении числа упоминаний о компании и ее достижениях в Интернете, блогах, на форумах, в популярных социальных сетях и специализированных сообществах [23, с.60]. Мероприятия по работе в Сети позволяют сформировать позитивный имидж компании, увеличить количество и качество положительных отзывов и рецензий о ее деятельности, активизировать обсуждения и дискуссии на форуме сайта компании что, в конечном итоге, может способствовать существенному увеличению объемов продаж.

Среди площадок, на которых проводятся SMM-мероприятия для рекламных агентств, в России обычно выделяют следующие:

- универсальные социальные сети (Twitter, Facebook, «ВКонтакте», Livejournal, Liveinternet, Google+). ООО «Астрикс Групп» не зарегистрировано в соцсетях и поэтому предприятию нужно выбрать для себя хотя бы наиболее популярные соцсети и зарегистрироваться в них;
- специализированные сообщества. ООО «Астрикс Групп» не зарегистрировано в подобных сообществах;
- stand-alone блоги (не привязанные к конкретной платформе) - как частные, так и корпоративные;
- тематические форумы, сообщества и конференции на тему отделки помещений.

Основными задачами SMM являются:

1. Стимулирование увеличения продаж.
2. Повышение узнаваемости бренда.
3. Формирование пула лояльных пользователей.

#### 4. Противодействие негативу.

Эффективнее всего для SMM в сфере деятельности ООО «Астрикс Групп» работают следующие форматы:

- авторский блог о дизайне и отделке помещений с использованием продукции, реализуемой ООО «Астрикс Групп», либо страница предприятия, поддерживаемые и корректно промоутируемые SMM-специалистами;
- страницы издательств в Facebook и LiveInternet, контент которых чётко выстроен вокруг релевантной темы.

Таким образом, ООО «Астрикс Групп» должно активнее использовать возможности социальных сетей для продвижения своей продукции. В основе любого социально-ориентированного маркетингового подхода должна лежать настоящая идея: интересная, полезная и просто необходимая множеству людей. Именно реальная составляющая обуславливает успех SMM кампаний.

На основании проведенного выше исследования составим план внедрения новых способов продвижения ООО «Астрикс Групп» в сети Интернет:

- Разработать контекстную рекламу для социальных сетей;
- Разработать рекламу о деятельности ООО «Астрикс Групп» и разместить ее в тематических сообществах, в которых участвуют в основном крупные торговые компании, а также люди среднего класса и выше с возрастом старше 30 лет – основная потенциальная аудитория ООО «Астрикс Групп»;
- Создать профили компании в «Вконтакте», Livejournal, Liveinternet и Google+;
- Создать скрытых профили в «Вконтакте», Facebook, Livejournal, Twitter, Liveinternet и Google+;
- Завести блог;
- Постоянно размещать информацию о деятельности предприятия.

#### 3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий

Чтобы избежать затрат на приобретение дополнительного автотранспорта, ООО «Астрикс Групп» рекомендуется заключить договор с

транспортной компанией, ориентировочная стоимость расходов на доставку товаров по г. Сызрань составляет 3% от стоимости перевозимых товаров. В настоящее время расходы на оплату труда водителей составляют по 40 тыс. руб. в месяц заработной платы и по 24 тыс. руб. в месяц компенсации затрат на содержание автомобиля и ГСМ. Таким образом, общие затраты в год для семи водителей составляют:

$$(40 + 24) * 7 * 12 = 5376 \text{ тыс. руб.}$$

Отчисления с заработной платы составляют:

$$40 * 7 * 12 * 0,26 = 873,6 \text{ тыс. руб.}$$

Планируется, что общий товарооборот в 2014 году возрастет на 10%, при этом только 15% от всего объема поставок будет нуждаться в доставке по городу. В таком случае расходы на доставку с помощью транспортной компании составят:

$$810100 * 1,1 * 0,15 = 133667 \text{ тыс. руб.}$$

$$133677 * 0,03 = 4010 \text{ тыс. руб.}$$

Экономия расходов составит:

$$5376 + 873,6 - 4010 = 2239,6 \text{ тыс. руб.}$$

Расходы на оптимизацию работы с поставщиками будут заключаться в оплате труда соответствующего специалиста и отчислений от фонда оплаты труда:

$$20 * 12 * 1,26 = 302,4 \text{ тыс. рублей.}$$

Также потребуются дополнительные представительские расходы (в составе коммерческих расходов) для встреч с потенциальными поставщиками в размере 350 тыс. руб. в год.

Ориентировочно в следующем году выручка вырастет на 10%. Экономические показатели эффективности мероприятия от оптимизации логистических процессов приведены в таблице 8.

Таблица 8 - Эффективность мероприятия 1

№ п/п	Показатели	До мероприятия	После мероприятия	Абсолютный прирост (+/-)	Темп прироста (%)
1	Выручка	63 829	70211,9	6 383	110,00
2	Расходы по обычной деятельности	48 304	46 064	-2 240	95,36
3	Валовая прибыль (с.1-с.2)	15 525	24 148	8 623	155,54
4	Проценты к уплате	3 305	3 305	0	100,00
5	Прочие доходы	-	-	-	-
6	Прочие расходы	1 401	2 053	652	146,57
7	Налоги на прибыль (доходы)	2 980	6651	3 671	223,20
8	Чистая прибыль (убыток)	7 839	12 138	4 299	154,84
9	Численность работающих	212	205	-7	96,70
10	Фонд оплаты труда	65893	60517	-5 376	91,84
11	Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	32,14	52,42	20	163,10
12	Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	24,32	34,39	10	141,42
13	Себестоимость на 1 рубль реализованных услуг (п.2/п.1)	0,76	0,66	0	86,33
14	Производительность труда (п.1/п.9)	301,08	342,50	41	113,76
15	Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	25,9	24,60	-1	94,98
16	Планируемый срок действия	-	1	-	-
17	Планируемые инвестиции (капитальные вложения)	-	-	-	-
18	Чистый доход	-	4 299	-	-
19	Индекс доходности (руб./руб.)	-	-	-	-
20	Срок окупаемости	-	-	-	-

Итак, в результате балансовая прибыль вырастет на 8623 тыс. руб. или на 55,54%, чистая прибыль – на 4 299 тыс. руб. или 54,84%, рентабельность продаж на 41,42%, а рентабельность услуг на 63,10%. Полученные результаты позволяют сделать вывод об эффективности предлагаемых мероприятий.

Экономические показатели эффективности мероприятия от увеличения объема продаж в сети интернет приведены в таблице 9. Учитываем, что выручка увеличится на 10%, затраты увеличатся на 5%. Численность сотрудников останется прежней.

Таблица 9 - Эффективность мероприятия 2

№ п/п	Показатели	До мероприятия	После мероприятия	Абсолютный прирост (+/-)	Темп прироста (%)
1	Выручка	63 829	70211,9	6 383	110,00
2	Расходы по обычной деятельности	48 304	50 719	2 415	105,00
3	Валовая прибыль (с.1-с.2)	15 525	19 493	3 968	125,56
4	Проценты к уплате	3 305	3 305	0	100,00
5	Прочие доходы	-	-	-	-
6	Прочие расходы	1 401	1 401	0	100,00
7	Налоги на прибыль (доходы)	2 980	5369	2 389	180,17
8	Чистая прибыль (убыток)	7 839	9 418	1 579	120,14
9	Численность работающих	212	212	0	100,00
10	Фонд оплаты труда	65893	65893	0	100,00
11	Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	32,14	38,43	6	119,58
12	Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	24,32	27,76	3	114,16
13	Себестоимость на 1 рубль реализованных услуг (п.2/п.1)	0,76	0,72	0	95,05
14	Производительность труда (п.1/п.9)	301,08	331,19	30	110,00
15	Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	25,9	25,90	0	100,01
16	Планируемый срок действия	-	5	-	-
17	Планируемые инвестиции (капитальные вложения)	-	280000	-	-
18	Чистый доход	-	350 261	-	-
19	Индекс доходности (руб./руб.)	-	1,25	-	-
20	Срок окупаемости	-	1,5	-	-

Итак, в результате балансовая прибыль вырастет на 2415 тыс. руб. или на 5%, чистая прибыль – на 1 579 тыс. руб. или 20,14%, рентабельность продаж на 3%, а рентабельность услуг на 6%. Полученные результаты позволяют сделать вывод об эффективности предлагаемых мероприятий.

Таким образом, в результате работы для ООО «Астрикс Групп» были разработаны рекомендации по повышению эффективности управления прибылью за счет следующих направлений:

1. Оптимизаций логистических процессов предприятия за счет передачи транспортных услуг по доставки масел до покупателей в аутсорсинг;
2. Увеличение объема логистических услуг за счет активного продвижения предприятия и оказываемых им услуг в сети интернет.

## Заключение.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что современные организации функционируют в условиях ограниченности ресурсов с одной стороны, и стремительно меняющихся предпочтений потребителей, с другой. Актуальность вопроса управления прибылью на предприятии обусловлена тем, что достижение доминирующих позиций над конкурентами сегодня возможно только при более низкой себестоимости выпускаемой продукции.

Прибылью предприятия служит разница между продажной ценой товаров и ценой их приобретения, включая издержки обращения. Одним из методов оценки эффективности управления прибылью на предприятии является расчет показателей рентабельности - показатель, комплексно характеризующим эффективность деятельности предприятия. Наиболее сложным этапом анализа финансовых результатов предприятия является факторный анализ показателей прибыли, так как факторы, влияющие на прибыль очень многочисленны. Факторы также можно разделить на внешние, не зависящие от предприятия и внутренние, которые зависят от производственно-финансовой деятельности предприятия.

Анализ прибыли и рентабельности был проведен на примере ООО «Астрикс Групп», которое занимается оказанием логистических услуг и услуг по складированию и хранению продукции. За период 2013-2015 г. наблюдается прирост всех показателей деятельности предприятия. Темпы роста чистой прибыли превышают темпы роста выручки. Данная тенденция указывает на рациональность используемой политики предприятия по формированию и распределению прибыли. Доля чистой прибыли в выручке ООО «Астрикс Групп» за исследуемый период выросла с -508,01% в 2012 г. до 6,73% в 2014 г. и еще до 12,28% в 2015 г. Это было вызвано сокращением доли расходов от обычной деятельности на 2,03 п.п., процентов к уплате на 2,01 п.п. и прочих расходов на 2,72%.

В результате работы для ООО «Астрикс Групп» были разработаны рекомендации по повышению эффективности управления прибылью за счет следующих направлений:

- оптимизаций логистических процессов предприятия за счет передачи транспортных услуг по доставке масел до склада покупателей в аутсортинг (эффект - 4299 тыс.руб.);

- увеличение объема продаж за счет активного продвижения предприятия и его продукции в сети интернет (эффект – 1579 тыс.руб.)

По результатам приведенных расчетов экономической эффективности можно сделать вывод, что разработанные мероприятия эффективны и принесут предприятию высокую прибыль. Таким образом, необходимость использования разработанных мероприятий для ООО «Астрикс Групп» является обоснованной.



## Список литературы

- 1 Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете» // Консультант Плюс.
- 2 Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023) // Консультант Плюс.
- 3 Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.04.2012) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791) // Консультант Плюс.
- 4 Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790) // Консультант Плюс.
- 5 Приказ Минфина России от 28.06.2010 N 63н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» (ПБУ 22/2010)» (Зарегистрировано в Минюсте России 30.07.2010 N 18008) // Консультант Плюс.
- 6 SMM на практике: в приоритете - обучение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/vishee/479-smm-na-praktike.html?date=2013-03-01>.
- 7 Абдукаримов И. Т., Беспалов М. В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2012.
- 8 Алексеева А., Васильев Ю., Малеева А., Ушвицкий Л. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебное пособие [Текст]. – М.: КноРус, 2015/

9 Барнгольц С.Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйственного субъекта. / С.Б. Барнгольц, М.В. Мельник. – М.: Финансы и статистика, 2011.

10Басовский Л. Е. Финансовый менеджмент. Учебник. - М.: РИОР-М, 2011. - 506 с.

11Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебн.пособие. – М.: Инфра-М, 2012. – 215 с.

12Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. В 2 томах. / И.А. Бланк. – М.: Ника-Центр, 2012. – 1248 с.

13 Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия : учеб. пособие. М.: Высш. шк., 2010.

14 Гаврилова С.С. Экономический анализ. – М.: Эксмо, 2012.

15Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.

16 Дедюхина Н.В. Факторный анализ рентабельности в системе управленческого учета как инструмент повышения эффективности инвестиционных процессов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2011. № 4. С. 222.

17Зимин Н.Е. Анализ и диагностика финансового состояния предприятия; учебное пособие. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2012 – 324 с.

18 Информационный бюллетень «Развитие Интернета в регионах России. Весна 2015 г.» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://download.yandex.ru/company/ya\\_regions\\_report\\_spring\\_2015.pdf](http://download.yandex.ru/company/ya_regions_report_spring_2015.pdf), свободный.

19Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Финансовый анализ: учеб. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 624 с.

20 Климова Н.В. Оценка влияния факторов на показатели рентабельности // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 20. С. 53.

21Ковалёв В. В. Курс финансового менеджмента: учебник / В. В. Ковалев. – Москва: Проспект, 2011. – 478 с.

- 22 Ковалев В.В. Финансовый анализ. Методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2011.
- 23 Кремнёв Д. Продвижение в социальных сетях. СПб.: Питер, 2011.
- 24 Либерман И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие. – М.: РИОР, 2013. – 220 с.
- 25 Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент. - М.: Эксмо, 2012.
- 26 Магомедов А.М. Расчет коэффициентов рентабельности и нормы предпринимательского дохода // Экономика и предпринимательство. 2011. № 5. С. 165-166.
- 27 Паштова Л.Г. Экономика фирмы: теория и практика: учебное пособие. – М.: Феникс, 2011. – 269 с.
- 28 Планирование деятельности на предприятии: учебник для вузов / под ред. С.Н. Кукушкина, В.Я. Позднякова. М.: Юрайт, 2012.
- 29 Прижигалинская Т. Н. Статистические методы анализа рынка товаров и услуг [Текст] : учеб. пособие для слушателей курсов проф. переподгот. / Т. Н. Прижигалинская, Н. Н. Глаголева, А. Н. Ковалев и др. - Белгород: Изд-во БУКЭП, 2011. - 144 с.
- 30 Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012.
- 31 Розничная торговля России: скромные перспективы 2014. Аналитический обзор [Электронный ресурс]. - <http://www.ra-national.ru/>
- 32 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - Минск: Экоперспектива, 2013. – 679 с.
- 33 Социальные сети в 2015 году: исследование comScore. Октябрь 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cossa.ru/articles/149/11382>, свободный.
- 34 Титов В.И. Экономика предприятия: учебник — М.: Эксмо, 2012. — 416 с.

35 Толпегина О.А. Система оценочных показателей платежеспособности в финансовой диагностике // Эффективное антикризисное управление. 2013. № 1 (76). С. 62-69.

36 Управление финансовой деятельностью предприятий (организаций): учебное пособие / В. И. Бережной и др. – Москва: Финансы и статистика: Инфра–М, 2011. – 333 с.

37 Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк. – Москва: Омега-Л: Эльга, 2011. – 768 с.

38 Финансовый менеджмент: учебник / [Д. А. Ендовицкий и др.]. – Москва: Рид Групп, 2012. – 789 с.

39 Финансовый менеджмент: учебник: учебное пособие / [В. В. Ильин и др.]. – Москва: Омега-Л, 2011. – 559 с.

40 Финансы: учеб. - 2-е изд., перераб. и доп./ Под ред. В. В. Ковалева.— М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012.

41 Финансы / Под ред. В. М. Родионовой. – М.: Финансы и статистика, 2012.

42 Чуев И.Н., Чечевицина Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2012 . – 384 с.

43 Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2012.

44 Шипилова Э.В. Показатели рентабельности предприятия // Новый университет. Серия: Экономика и право. 2012. № 6. С. 47.

45 Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 601 с.

46 Экономика фирмы: Учебник / Под общей ред. Н.П.Иващенко. – М.: Инфра-М, 2012.

47 Официальный сайт Министерства связи и массовых коммуникаций РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: [minsvyaz.ru](http://minsvyaz.ru), свободный.

## Приложение

### Отчет о финансовых результатах за Январь-Декабрь 2015 г.

в тыс. руб.

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2015г.	За Январь - Декабрь 2014г.
Выручка	2110	63 829	45 700
Расходы по обычной деятельности	2120	(48 304)	(35 513)
Проценты к уплате	2330	(3 305)	(3 286)
Прочие расходы	2350	(1 401)	(2 247)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(2 980)	(1 578)
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>7 839</b>	<b>3 076</b>

### Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2015 г.

в тыс. руб.

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2015г.	На 31 декабря 2014г.	На 31 декабря 2013г.
<b>АКТИВ</b>				
Материальные внеоборотные активы	1150	14 345	16 550	1 434
Запасы	1210	12 164	10 906	2 086
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	79	1 447	163
Финансовые и другие оборотные активы	1230	5 103	4 512	4 289
<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>31 691</b>	<b>33 414</b>	<b>7 973</b>
<b>ПАССИВ</b>				
Капитал и резервы	1370	5 103	(2 737)	(5 813)
Долгосрочные заемные средства	1410	17 613	27 207	9 144
Кредиторская задолженность	1520	8 975	8 944	4 641
<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>31 691</b>	<b>33 414</b>	<b>7 973</b>

**Бухгалтерский баланс  
на 31 декабря 2014 г.**

в тыс. руб.

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря отчетного года	На 31 декабря предыдущего года	На 31 декабря года, предшествующего предыдущему
1	2	3	4	5	6
<b>АКТИВ</b>					
—	Материальные внеоборотные активы <sup>2</sup>	1 1 5 0	1 6 5 5 0	1 4 3 4	—
—	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы <sup>3</sup>	1 1 2 0	0	—	—
—	Запасы	1 2 1 0	1 0 9 3 0	2 0 8 6	1 5 6
—	Денежные средства и денежные эквиваленты	1 2 5 0	1 4 4 2	1 6 3	9 6 2
—	Финансовые и другие оборотные активы <sup>4</sup>	1 2 3 0	4 4 7 3	4 2 8 9	6 6 4
—	<b>БАЛАНС</b>	<b>1 6 0 0</b>	<b>3 3 3 9 5</b>	<b>7 9 7 3</b>	<b>1 7 8 1</b>
<b>+</b>					
<b>ПАССИВ</b>					
—	Капитал и резервы	1 3 1 0	( 2 7 4 9 )	( 5 8 1 3 )	( 1 1 2 0 )
—	Долгосрочные заемные средства	1 4 1 0	2 7 2 0 7	9 1 4 4	2 7 5 8
—	Другие долгосрочные обязательства	1 4 2 0	0	—	—
—	Краткосрочные заемные средства	1 5 1 0	0	—	7 5
—	Кредиторская задолженность	1 5 2 0	8 9 3 8	4 6 4 1	6 8
—	Другие краткосрочные обязательства	1 5 4 0	0	—	—
—	<b>БАЛАНС</b>	<b>1 7 0 0</b>	<b>3 3 3 9 5</b>	<b>7 9 7 3</b>	<b>1 7 8 1</b>

**Отчет о финансовых результатах  
за Январь-Декабрь 2014 г.**

в тыс. руб.

**Отчет о финансовых результатах**

<i>Пояснения</i> <sup>1</sup>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За отчетный год</i>	<i>За предыдущий год</i>
1	2	3	4	5
_____	Выручка <sup>5</sup>	2 1 1 0	4 5 7 0 0	9 2 4
_____	Расходы по обычной деятельности <sup>6</sup>	2 1 2 0	( 3 5 5 3 2 )	( 4 9 5 2 )
_____	Проценты к уплате	2 3 3 0	( 3 2 8 6 )	( 4 0 2 )
_____	Прочие доходы	2 3 4 0	0	( 1 )
_____	Прочие расходы	2 3 5 0	( 2 2 4 7 )	( 2 6 3 )
_____	Налоги на прибыль (доходы) <sup>7</sup>	2 4 1 0	( 1 5 7 1 )	_____
<b>+</b>	<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2 4 0 0</b>	<b>3 0 6 4</b>	<b>( 4 6 9 4 )</b>