

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 «Повышение финансовых результатов организации (на примере ООО
«Картель»)»

Студентка	<u>Н.М. Саетова</u> (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)
Руководитель	<u>А.А. Шерстобитова</u> (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой _____

« _____ » _____ 2016г.

Тольятти 2016

Аннотация

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена тем, финансовый результат определяет уровень финансового состояния и конкурентоспособности предприятия. В условиях развития рыночных отношений ориентация на получение прибыли является неременным признаком предпринимательской деятельности, критерием выбора оптимальных направлений и методов этой деятельности, показателем достигнутого организацией коммерческого эффекта.

Цель исследования состоит в анализе и выявлении резервов улучшения финансовых результатов ООО «Картель».

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Картель».

Бакалаврская работа составляет 60 страниц, имеет 3 главы, 56 использованных источников.

В первой главе рассматриваются теоретические основы управления финансовыми результатами предприятий. Во второй главе проводится анализ финансовых результатов в ООО «Картель», оценивается эффективность их управления. В третьей главе рассматриваются пути улучшения финансовых результатов предприятия, оценивается эффективность предложенных мероприятий.

Ключевые слова: финансовый результат, прибыль, рентабельность, доходы, расходы, выручка, себестоимость

Содержание

Введение.....	4
1. Теоретические основы финансовых результатов организации.....	7
1.1 Экономическая сущность, состав и значение финансовых результатов организации	7
1.2. Методика анализа финансовых результатов предприятия.....	9
1.3. Информационная база проведения анализа финансовых результатов.	18
2. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Картель»	22
2.1 Техничко-экономическая характеристика организации	24
2.2 Анализ состава, динамики и структуры прибыли организации.....	29
2.3. Оценка уровня рентабельности организации.....	33
3. Направления улучшения финансовых результатов деятельности ООО «Картель»	38
3.1 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятия.....	38
3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий...	42
Заключение	51
Список использованных источников	53
Приложение	58

Введение

Успешное ведение бизнеса и перспективы его развития во многом определяются эффективностью принимаемых менеджментом решений. Результаты этих решений оказывают непосредственное влияние на общее состояние и стоимость организации. Полученная в процессе финансового анализа информация позволяет определить текущее положение и результаты деятельности предприятия за прошедший период, выявить скрытые резервы и проблемные области, а также представляет собой основу для планирования и разработки будущих управленческих решений. Для любого предприятия получение положительного финансового результата означает признание рынком полезности его деятельности. Необходимо отметить, что финансовые результаты являются важнейшей характеристикой существования предприятия.

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена тем, финансовый результат определяет уровень финансового состояния и конкурентоспособности предприятия. Таким образом, прибыль обрела важнейшую, ведущую в новом хозяйственном и финансовом механизме управления социально — экономическим развитием. Это база финансовой устойчивости и обеспечение доходов организаций государства и населения.

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.

Также, 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.

Цель исследования состоит в анализе и выявлении резервов улучшения финансовых результатов «Картель».

Задачи бакалаврской работы следующие:

- рассмотреть сущность, роль и значение финансовых результатов хозяйствующих субъектов;
- изучить информационную базу и основные показатели для анализа финансовых результатов;
- рассмотреть понятие оценки эффективности управления финансовыми результатами;
- провести анализ показателей финансовых результатов на предприятии ООО «Картель» и дать оценку эффективности управления данными показателями;
- предложить мероприятия, направленные на улучшение управления финансовыми результатами предприятия и оценить их эффективность.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Картель».

Предметом исследования являются экономические отношения возникающие в финансовой и управленческой деятельности организации в процессе формирования и использования результатов этой деятельности.

При проведении анализа использовались следующие методы: анализ научной и учебной литературы, системный анализ и синтез, финансово – экономический и сравнительный анализ.

Информационной базой для решения поставленных задач послужила бухгалтерская отчетность ООО «Картель» за 2013-2015 гг.

Бакалаврская работа состоит из трех глав, в которых находит отражение реализация поставленных целей. Первая глава посвящена вопросам определения финансовых результатов, базовые показатели экономического анализа, основные методы финансового анализа, информационная база финансового анализа; во второй проводится детальный анализ финансовых результатов ООО «Картель» и в третьей главе определяются резервы увеличения прибыли и рентабельности, а также пути совершенствования финансово – хозяйственной деятельности организации.

1. Теоретические основы финансовых результатов организации

1.1 Экономическая сущность, состав и значение финансовых результатов организации

Финансовые результаты характеризуются прибылью и рентабельностью. Прибыль выступает как абсолютный показатель оценки, а рентабельность как относительный. 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.

Прибыль – это часть чистого дохода предприятия, представляющая собой денежное выражение прибавочного продукта, созданного трудом продукта с небольшой накруткой.

Любая коммерческая организация, конечно же, стремится к получению прибыли. Ее отсутствие, что организация не может осуществить жизнеспособный бизнес, при котором доходы от деятельности перекрывали бы расходы. По свидетельству оценщиков собственности, основными причинами разорения организаций в российских условиях являются:

1. Неспособность организовать эффективный менеджмент, который смог бы приносить нормальную прибыль для организации в условиях рынка.

2. Недооценка роли маркетинга, когда предприятие организует в основном производство такой продукции, которую она сможет выпускать, а не ту продукцию, которая нужна покупателю.

3. Низкая конкурентоспособность российских товаров в условиях открытого и свободного рынка.

Экономисты критикуют бухгалтерскую прибыль по следующим направлениям:

1. Не существует теоретических обоснований и приемлемых методов расчета бухгалтерской прибыли. Особенно это касается инвесторов, которые желают понять, как и какими методами вычислена прибыль и какой размер процентов или дивидендов они могут получить на свои инвестиции в будущем периоде.

2. Инфляция способствует увеличению цен на реализуемую продукцию и образованию «надутой» прибыли, в результате чего «исторические рубли и доллары» все больше отрываются от современной действительности.

3. Инвесторов больше интересует грамотный менеджмент и величины доходности инвестируемого капитала, положительная динамика курса акций в инвестируемом предприятии и экономическая прибыль. При анализе прибыли следует выделить ее многоцелевой характер, который определяется конкретными интересами разных субъектов бизнеса (акционеров-инвесторов, налоговых служб, коммерческих банков и так далее) и в разное время развития. Виды прибыли: 1) прибыль от продаж; 2) балансовая прибыль; 3) чистая прибыль

Ученый-экономист, Д. Соломон интерпретирует различие бухгалтерской прибыли от экономической прибыли в движении внереализационных изменений стоимости активов в отчетном, прошлом и будущем периодах. Кроме того, учитывается размер гудвила предприятия. Практическая динамика прибыли существенно влияет на принятие решений инвесторами о покупке

акций, курс которых при росте прибыли также увеличивается. Увеличение величины прибыли на акцию, обуславливающую рост дивидендов, способствует росту капиталовложений, а это выступает фактором роста экономической прибыли. Курс акций и других ценных бумаг в основном зависит от динамики прибыли предприятия, но ценные бумаги, продаваемые на фондовых рынках, начинают вести самостоятельную жизнь.

Величина прибыли складывается под влиянием факторов:

- рост производительности труда;
- улучшение использования материальных ресурсов;
- улучшение использования ОФ;
- повышение качества продукции;
- увеличение объема производства и продаж;
- изменение спроса и предложения на рынке;
- наличие фирм-конкурентов.

Дилеры и брокеры на фондовых рынках могут устанавливать высокие цены, несмотря на плохую динамику прибыли предприятия. Доходность ценных бумаг предприятия традиционно зависит от процентных ставок, доходности государственных ценных бумаг. Кроме того, она зависит от социальных, политических и других внешних макроэкономических процессов и показателей. Работающие активы предприятия приносят доход и прибыль в течение многих учетных циклов и лет, а проводимые коммерческие операции — в конкретные моменты времени, значит, полученная прибыль является синтезом работы долгосрочных активов и проводимых текущих операций.

Далее следует проанализировать прибыль с позиций участников бизнеса. Например, с позиции работников самого предприятия прибыль выражается через добавленную стоимость, которую можно представить как разность между реализованной на рынке товаров, работ и услуг и купленным сырьем, материалами и прочими затратами. Кроме прибыли в добавленную стоимость входят оплата труда, проценты, дивиденды, корпоративные налоги и другие элементы. Чистая прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия после

выплаты всех налогов, сборов, процентов и прочих выплат. Чистая прибыль инвесторов, акционеров, которая характеризуется как кредиторская задолженность перед этими участниками бизнеса. 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.

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 развитие 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 методiku факторного анализа, предложенную Г.В. Савицкой, — метод цепной подстановки.

1.2. Методика анализа финансовых результатов предприятия

Прибыль — это величина превышения общих доходов над общими расходами предприятия. Динамика прибыли организации (предприятия) во многом зависит от принятой учетной политики, например, время признания доходов и расходов при использовании кассового метода или метода начислений дохода может увеличить или уменьшить общие доходы и расходы предприятия. Далее для увеличения или уменьшения затрат бухгалтер или финансист может изменять методы начисления амортизации (ускоренный или равномерный метод начисления), что уменьшит или увеличит величину прибыли. Отметим также, что изменение методов оценки производственных запасов, на базе применения методов ЛИФО, ФИФО и метод среднестатистической оценки, также влияет на образование размера прибыли. Соответственно методы, приемы и способы прибыли отражены на рисунке 1.3.



Рисунок 1.3 - Методы, приемы, способы анализа прибыли предприятия

Формирование прибыли начинается с образования балансовой прибыли, которая находится в виде разницы доходов и расходов фирмы.

Доход предприятия — это увеличение экономических выгод, рост капитала, вызванный реализацией продукции, работ или услуг. Увеличение дохода предприятия фиксируется ростом полученных денежных средств на счетах в банке, кассе или увеличением дебиторской задолженности, например, при продаже продукции в кредит. Расход предприятия — это уменьшение экономических выгод, капитала предприятия, которые были осуществлены для получения дохода, или к увеличению кредиторской задолженности. Например, предприятие осуществило расходы, купив сырье и материалы в кредит, в результате чего у него возникла кредиторская задолженность перед поставщиком-продавцом. Так, в зависимости от выбранной учетно-аналитической политики операционная технология расчета прибыли предприятия укрупнено в рыночных условиях может быть следующей:

1. Из полученной выручки за реализованные товары, работ и услуги вычитаются переменные расходы, которые изменяются почти так же, как и объем производства товаров, работ и услуг (основные материалы, сырье, основная заработная плата и так далее). В результате образуется маржинальная прибыль предприятия. (В англоязычной литературе еще называется валовой прибылью, что не совсем согласуется с российскими определениями.)

2. Из маржинальной прибыли предприятия вычитается постоянные расходы, которые изменяются слабо или почти не изменяются с ростом объема производства (управленческие, канцелярские расходы, затраты на освещение, отопление помещений предприятия и так далее). В результате образуется валовая прибыль предприятия.

3. Из валовой прибыли вычитаются доходы от долевого участия в деятельности других российских организаций, полученные дивиденды по акциям предприятия, доходы по государственным, региональным и муниципальным ценным бумагам, от проведения массовых концертных программ, игорного бизнеса, налоговые льготы и другие необходимые доходы.

Далее вычитаются и прибавляются финансовые расходы (например, проценты к уплате, расходы по лизингу) и финансовые доходы (например, полученные проценты). В результате образуется прибыль до вычета налогов, или налогооблагаемая прибыль. С налогооблагаемой прибыли по ставке 20% производится отчисление налогов в бюджетную систему.

4. После уплаты налогов и обязательных платежей остается чистая прибыль в распоряжении предприятия, которая распределяется согласно решению совета акционеров предприятия.

5. Образование из оставшейся прибыли специальных фондов развития организации: фондов накопления, потребления и резервирования. Так, в соответствии с отраслевыми и социально-экономическими особенностями развития предприятия распределение прибыли может иметь другие варианты.

Маржинальная прибыль — это разность между показателями продаж продукции и переменными затратами, дает представление о структуре постоянных затрат предприятия, которые являются основными статьями экономии средств и увеличения прибыли. Для промышленных предприятий переменными затратами являются расходы на основное сырье, материалы, основную заработную плату, а для торговых предприятий — покупка товаров от промышленных предприятий с целью дальнейшей их продажи. Показатель маржинальной прибыльности или рентабельности можно определить как отношение маржинальной прибыли к величине продаж товаров.

Балансовая прибыль — это прибыль от всей производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Она складывается из прибыли от продаж продукции, реализации основных средств, излишнего имущества, и от прочих операций, например операций с ценными бумагами. Это прибыль определяется по формуле 1.

$$П_{бал} = П_{прп} + П_{прос} + П_{во} \quad (1)$$

Расчетная прибыль или чистая прибыль определяется как разница между балансовой прибылью или еще ее называют прибыль до налогообложения и всеми вычитаемыми налогами.

Общая рентабельность определяется по формуле 2:

$$Ro = Pbal / Soc + Sobc \quad (2)$$

Где Pbal – балансовая прибыль,

Soc и Sobc – соответственно среднегодовая стоимость основных и оборотных активов соответственно.

Платой за фонды не облагаются:

- Объекты, введенные за счет кредитов банков до полного погашения ссуд;
- Вновь введенные крупные объекты и установки – на нормативный период освоения их мощности;
- Сооружения, введенные для охраны окружающей среды (очистные сооружения);
- Опытные производства отраслевого назначения;
- Законсервированные по решению правительства сооружения и объекты.

Общая рентабельность характеризует эффективность производства и возможности предприятия производить необходимые платежи и отчисления в бюджет, рассчитаться с банком за пользование кредитом, иметь обходимые средства для образования фондов потребления и накопления.

Расчетная рентабельность используется для оценки деятельности предприятия. Отражая эффективность производства авансированных средств, рентабельность производства недостаточно учитывает эффективность расходования текущих затрат. Как общая, так и расчетная рентабельности могут повыситься и при нерациональном использовании материальных и трудовых затрат за счет снижения размеров производственных фондов.

Факторы, влияющие на уровень рентабельности:

- факторы, влияющие на изменение прибыли;
- факторы, влияющие на эффективность использования основных средств компании;
- факторы, влияющие на использование оборотных средств;
- факторы, влияющие на изменение собственных средств компании.

Таким образом, этот показатель связывает динамику прибыли и с размерами продаж. Например, если показатель маржинальной прибыльности составляет 0,25 (25%), то это означает, что на каждые 100 руб. продаж получается 25 руб. прибыли.

Образование из чистой прибыли предприятия фонда накопления и развития производства способствует увеличению капитала предприятия, рыночной стоимости фирмы и расходуются на финансирование инвестиционных проектов: модернизацию и техническую реконструкцию и перевооружение производства, проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, вложения в уставные капиталы других организаций, покупку пакетов ценных бумаг на фондовых рынках и так далее.

Фонды потребления служат в основном для финансирования мотивации труда и вознаграждения менеджеров и сотрудников предприятия. Такие фонды создаются для выплат премий, бонусов, единовременных вознаграждений за особые успехи, предоставления материальной помощи и других необходимых выплат.

Фонды социального развития коллектива предприятия необходимы для финансирования пенсионных программ, строительства непромышленных объектов. Такие фонды создаются для оплаты сотрудникам санаторий, домов отдыха, профилакторий, столовых, спортивных сооружений и так далее.

Резервные, страховые фонды предприятия являются необходимыми элементами успешного существования предприятия в условиях рынка, они. Их наличие повышает конкурентоспособный статус организации, создает условия для выполнения своих кредиторских долгов даже при получении убытков, возмещения ущерба при возникновении страховых случаев. Например, затраты могут возникнуть по причине пожаров, наводнений и других катаклизмов. Резервный фонд предприятия составляет не менее 15% величины уставного фонда предприятия.

После проведенных всех отчислений от валовой прибыли, на предприятии может образоваться нераспределенная прибыль. В отчете о

финансовых результатах предприятия финансовый результат предприятия фиксируется в виде чистой прибыли, а в балансе предприятия показывается распределение прибыли по разным фондам и накоплениям. Нераспределенную прибыль можно представить как излишек капитала, как накопленный финансовый результат предприятия с момента его создания.

1.3. Информационная база проведения анализа финансовых результатов

Эффективность анализа прибыли и рентабельности предприятия напрямую зависит от полноты и качества используемой информации. Основным источником информации является годовая и квартальная отчетность. 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.

Отчет о финансовых результатах объединяет все результаты работы организации и выступает средним звеном между двумя очередными балансами. Например, балансовый отчет за прошлый период является фотографическим снимком финансово-хозяйственной деятельности за прошлый год 31 декабря, а отчет о финансовых результатах за текущий период характеризует работу организации с 1 января нового, текущего периода. Баланс организации, составленный 31 декабря в конце текущего периода, закрепляет все изменения, которые произошли и были отражены в отчете о финансовых результатах.

В процессе совершения операций, связанных с получением прибыли, возможны следующие ситуации. Всегда существует разрыв времени между поставками товаров и получением денежных средств на расчетные счета в банке.

Особенно это характерно при методе начислений средств.

При использовании метода начислений продукция может быть отгружена и поставлена покупателю, то есть реализована в кредит, но в случае банкротства покупателя оплата за полученные товары не произойдет. Однако продавец должен в своих бухгалтерских книгах отразить выручку и прибыль. Фактически у покупателя возникают дебиторские долги, которые могут быть оплачены в будущем, но уплата налогов, сборов должна быть произведена по факту реализации товаров, то есть сегодня, что не выгодно покупателю.

При использовании кассового метода, когда выручка признается в момент поступления денежных средств в кассу или на расчетный счет в банке покупателя, покупатель может задержать оплату платежных требований продавца. Таким образом, с юридических позиций право собственности на проданный товар переходит к покупателю, но с финансово-экономических

позиций продавец, не получивший в течение определенного времени оплату, оказывается в невыгодных положениях.

Если покупатель совершает инвестиции, в какой - либо проект, то дебиторские счета могут и превышать размеры этих инвестиций, но фактически прибыли может и не быть, на расчетном счете может быть небольшая сумма денежных средств. Например, предприятие осуществила инвестиции в строительство новых филиалов в размере 4,8 млн. руб., в течение срока окупаемости в 4 года предприятие с экономических позиций имеет не прибыль, а убытки.

Рыночная стоимость организации (предприятия) в большинстве случаев не совпадает со стоимостью его активов, что естественно отражается на размере прибыли.

Например, если два предприятия имеют одинаковые размеры прибылей, но разные гудвилы, то есть репутации среди клиентов и в обществе. Первое предприятие имеет хорошую репутацию поставщика, который соблюдает сроки поставок, выполняет все свои; другие обязательства, а второе предприятие постоянно судится со своими клиентами и выплачивает большие суммы штрафов, пени и неустоек. Подводя итоги по различным ситуациям, можно отметить важную особенность в работе организации следует различать экономическую и бухгалтерскую прибыль.

Даже стандартизированный отчет о финансовых результатах предприятия не может учесть разнообразные интересы участников бизнеса. Анализ прибыли должен строго разделить инвестированный капитал, который был привлечен предприятием, а так же полученные кредиты из банка, которые, увеличивая денежные средства на расчетных счетах, в то же самое время не являются доходом предприятия, и финансовый результат от проведенных транзакций в виде дохода и прибыли предприятия.

Основной целью расчета прибыли является определение уровней и изменений эффективности работы предприятия по рассматриваемым периодам,

выработка управленческих решений по составлению прогнозов и бизнес-заданий финансово-экономического развития предприятия.

При операционном методе расчета прибыли учитываются как внешние, так и внутренние факторы и операции. Внутренние операции или трансакции более или менее управляемы экономистами и бухгалтерами, а внешние операции большей частью со стороны менеджеров, экономистов и бухгалтеров предприятия неуправляемы.

Изменения стоимостей активов и пассивов внутри самого предприятия, происшедшие вследствие колебаний рыночных цен и ставок, не должны отражаться по крайней мере внутри годового учетного цикла. Эти изменения производятся в конце года на основе годовой инвентаризации активов предприятия. Однако осуществленные корректировки нарушают операционный подход к расчету прибыли, а в целом и объективное финансовое развитие предприятия.

2. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Картель»

2.1 Техничко-экономическая характеристика организации

Исследуемая организация называется - общество с ограниченной ответственностью "Картель" осуществляет свою деятельность с 5 апреля 2006 года. Общество было создано для обеспечения людей качественной, красивой и недорогой мебелью для квартир, домов и общественных учреждений, таких как детских садов, школ, больниц и других офисных помещений.

Компания предлагает огромный выбор современных кухонных гарнитуров, шкафов-купе а также офисной мебели. Предлагая изготовление мебели в Самаре, компания "Картель" гарантирует полное соответствие стоимости своих изделий качеству изготовления. Высокий профессионализм наших специалистов и современная производственная база позволяют выполнять заказы на кухни в Самаре любых объемов и сложности. При этом используются только высококачественные материалы (ДВП и ДСП плиты, алюминиевые фасады и стекло) и фурнитура (ручки, направляющие для ящиков, ножки, крепления для моек и другие).

Направление деятельности - разработка и производство качественной мебели. К продаже предлагается современная и функциональная корпусная мебель. Несмотря на молодость, организация зарекомендовала себя на российском и региональном рынке как стабильный и надежный партнер. По качеству выпускаемой продукции предприятие не уступает лидирующим производителям корпусной мебели.

Преимущества компании перед конкурентами:

- 1) собственное производство в Самаре, что является очень удобно для организаций реализующих мебель на территории Самарской области.
- 2) гарантийное и после гарантийное обслуживание
- 3) возможность безналичного расчета
- 4) кратчайшие сроки изготовления
- 5) большой выбор материалов.

Основным видом деятельности предприятия является: производство кроватей; производство детской мебели; производство офисной мебели.

ООО «Картель» постоянно работает над совершенствованием своих товаров, их потребительских и конкурентоспособных качеств. Вся мебель изготавливается на современном немецком оборудовании с применением новейших технологий.

Весь товар сертифицированный и имеет гарантию.

Продукция фабрики выглядит на уровне мировых стандартов. ООО «Картель» постоянно расширяет свой ассортимент, создаёт настоящие мебельные шедевры.

Основные технико-экономические показатели деятельности предприятия за период 2013-2015г.г. представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1. - Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Картель» за период 2013 – 2015гг.

Показатели		2013	2014	2015	Темп роста в 2014г. %	Темп роста в 2015г. %
1	Выручка, тыс. руб.	652876	785629	858121	120	109
2	Себестоимость, тыс. руб.	458443	486230	498760	106	103
3	Численность работников, чел.	132	135	138	102	102
4	Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	39452	85914	97864	218	114
5	Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	227559	315204	316542	139	100
6	Валовая прибыль	194433	299399	359361	154	120
7	Чистая прибыль, тыс. руб.	62674	126076	126999	201	101
8	Выручка на 1 работающего, тыс. руб.	4946	5819	6218	118	107
9	Затраты на 1 рубль объема реализации продукции, руб.	1	1	1	88	94
10	Оборачиваемость оборотных активов	17	9	9	55	96
11	Фондоотдача, руб.	3	2	3	87	109
12	Фондоемкость, руб.	0	0	0	115	92
13	Фондовооруженность тыс.руб/чел.	1724	2335	2294	135	98
14	Рентабельность общая, %	42	62	72	145	117
15	Рентабельность расчетная, %	14	26	25	190	98
16	Фондорентабельность, %	28	40	40	145	100
17	Коэффициент оборачиваемости, кол-во об.	17	9	9	55	96
18	Коэффициент загрузки, руб.	0	0	0	181	104
19	Длительность оборота оборотных средств, дни	22	39	41	181	104

Анализ деятельности предприятия показал, что в 2015 году произошло увеличение объема выручки на 72492 тысяч рублей (9%), а также увеличение себестоимости продукции на 12530 тысяч рублей (3%). Темп роста объема реализации продукции выше темпа роста полной себестоимости продукции. Об этом свидетельствует и увеличение валовой прибыли в 2015 году на 20% по сравнению с 2014 годом. Также в 2015 году наблюдается рост численности работающих предприятия, в связи, с чем произошло увеличение выручки на одного работающего предприятия на 7%. Данный показатель используется для измерения производительности труда, который является одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия.

Показатель затрат на 1 рубль реализации продукции снизился в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 6%. Данный показатель характеризует эффективность деятельности предприятия, так как показывает величину затрат, которая содержится в 1 рубле выручки. Так как прибыль и себестоимость находятся в обратной зависимости друг от друга, то чем меньше затраты в 1 рубль выручки, тем больше прибыль, полученная предприятием. Рентабельность отражает конечные финансовые результаты деятельности предприятия. Уровень общей рентабельности в 2015 году достиг 72% по сравнению с 61% в 2014 году, что свидетельствует об эффективной работе предприятия за анализируемый период.

Наглядно динамику показателей выручки и себестоимости можно наблюдать на рисунке 2.2.

Для анализа использования основных средств на предприятии применяются показатели фондоотдачи, фондоемкости и фондорентабельности. Фондоотдача показывает, сколько рублей выручки предприятие получает с каждого рубля вложенных в производство основных фондов. В 2014 году она снизилась на 13% по сравнению с 2013 годом, что свидетельствует об отрицательной тенденции развития предприятия. Однако, в 2015 году ситуация изменилась и показатель увеличился на 9%.

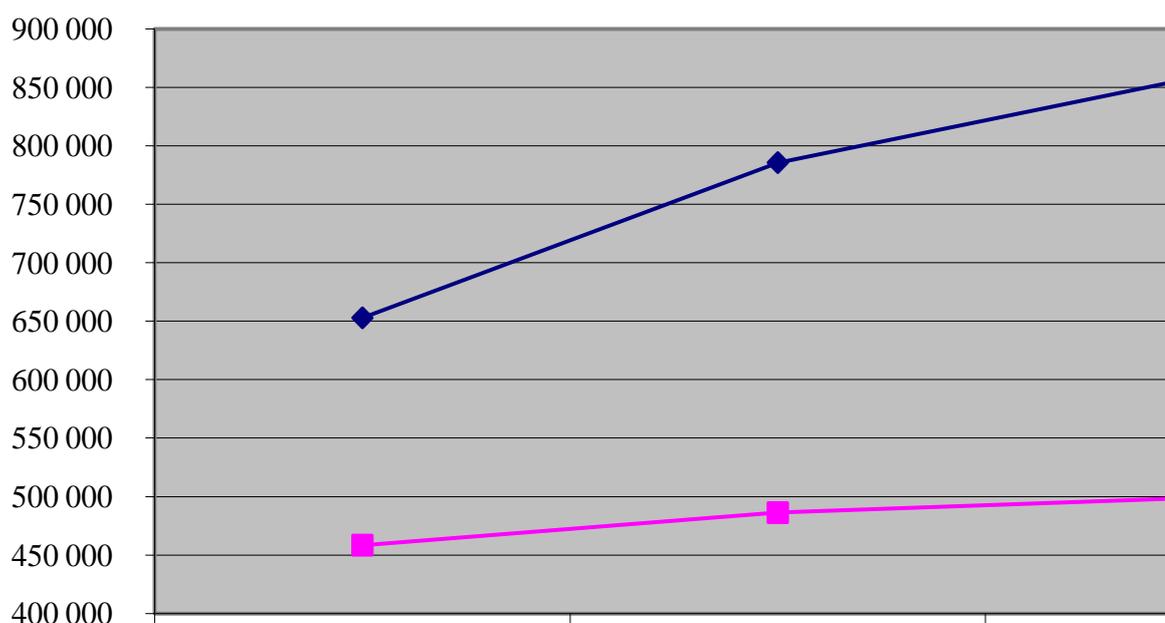


Рисунок 2.2 – Динамика выручки и себестоимости продукции в организации за период 2013-2015 г.г, в тыс.руб.

Фондоемкость показывает, какая величина основных фондов потрачена на то, чтобы получить 1 рубль выручки. В 2014 году фондоемкость увеличилась по сравнению с 2013 годом на 15%, а в 2015 году наоборот уменьшился на 8%. Фондорентабельность характеризует величину прибыли, которую получает предприятие с 1 рубля основных фондов.

В 2014 году она увеличилась на 45% по сравнению с 2013 годом, а в 2015 году показатель остался на прежнем уровне. Фондовооруженность является показателем технической вооруженности труда на предприятии, характеризующий часть стоимости основных производственных фондов, которая приходится на одного работника предприятия.

В 2014 году фондовооруженность увеличилась на 2334 тысяч рублей в расчете на одного работающего по сравнению с 2013 годом, что положительно характеризует технико-организационный уровень предприятия, однако в 2015 году этот показатель снизился на 2%. Наглядно динамику можно увидеть на рисунке 2.3.

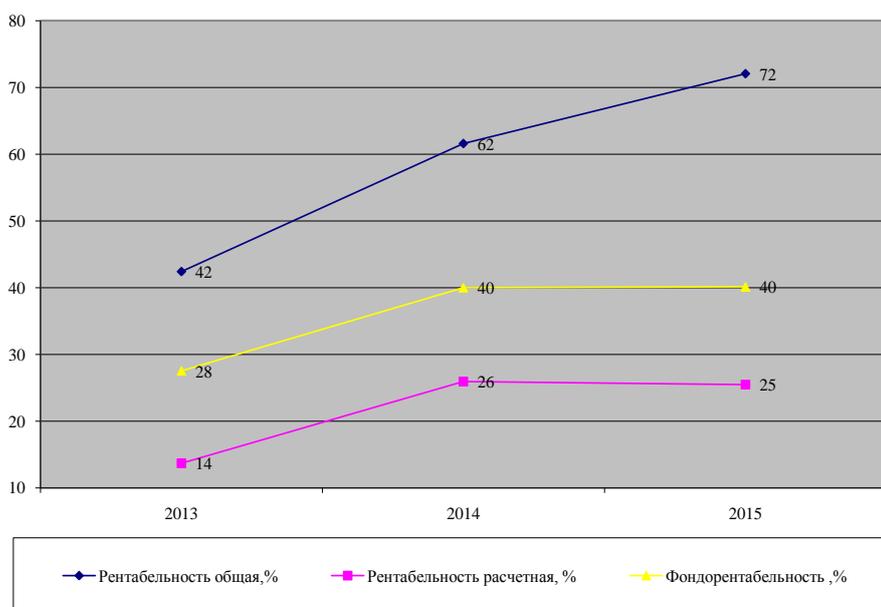


Рисунок 2.3 – Динамика показателей рентабельности за период 2013-2015г.г

Для характеристики использования оборотных средств на предприятии используются три основных показателя: коэффициент оборачиваемости, коэффициент загрузки и длительность оборота оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости используется в основном для определения количества оборотов оборотных средств за определенный период времени (в данном случае за год). Спад этого показателя за период 2013-2015 на 45% и 4% соответственно свидетельствует о снижении скорости оборота оборотных средств.

При эффективном использовании оборотных средств коэффициент оборачиваемости в динамике увеличивается, а коэффициент загруженности и длительность оборота оборотных средств — уменьшается. Динамика приведенных показателей свидетельствует о том, что оборотные средства на предприятии используются неэффективно.

Таким образом, несмотря на положительную динамику количественных показателей деятельности предприятия наблюдается негативная тенденция качественных показателей, что может привести к снижению уровня развития предприятия в целом и его финансовых показателей.

С целью выявления негативных факторов, влияющих на уровень эффективности предприятия необходимо провести анализ состава, динамики и структуры прибыли организации и оценку уровня рентабельности ООО «Картель».

2.2 Анализ состава, динамики и структуры прибыли организации

Для анализа состава, динамики и структуры прибыли до налогообложения необходимо составить таблицу, в которой используются данные бухгалтерской отчетности организации из формы №2 «Отчет о финансовых результатах». Анализ состава и динамики конечных финансовых результатов представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Анализ состава и динамики финансовых результатов деятельности ООО «Картель» (тыс. руб.)

Наименование показателя	Период		
	2013	2014	2015
Выручка	652876	785629	858121
Себестоимость продаж	(458443)	(486230)	(498760)
Валовая прибыль (убыток)	194433	299399	359361
Коммерческие расходы	(121)	(132)	(135)
Управленческие расходы	(119104)	(147976)	(206827)
Прибыль (убыток) от продаж	75208	151291	152399
Прибыль (убыток) до налогообложения	75208	151291	152399
Текущий налог на прибыль	(12534)	(25215)	(25400)
Чистая прибыль (убыток)	62674	126076	126999

Из таблицы видно, что наблюдается темп роста выручки за исследуемый период. Так, в 2014 году по сравнению с 2013 годом показатель увеличился на 132753 тыс. рублей, а в 2015 году на 72492 тыс. рублей. Это связано в первую очередь с увеличением объема выпуска продукции и повышением ее качества. В результате спрос на готовую продукцию повысился. Также произошло и увеличение себестоимости в 2014 году на 27787. При этом показатели валовой прибыли и прибыли от продаж в 2014 году по сравнению с 2013 годом резко

возросли на 54% и 101% соответственно. Данная динамика, прежде всего, связана с увеличением темпов роста выручки над темпами роста себестоимости и управленческих расходов организации.

Данные таблицы 2.2 позволяют раскрыть структуру всех основных элементов, формирующих конечные финансовые результаты – чистую (нераспределенную) прибыль. Поэтому на основе данной таблицы проведем структурно – динамический анализ основных элементов формирования конечных финансовых результатов. Структурно – динамический анализ основных элементов формирования конечных финансовых результатов представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Структурно – динамический анализ основных элементов формирования конечных финансовых результатов деятельности ООО «Картель», %

№ п/п	Показатель	Структура элементов формирования чистой прибыли в выручке от продаж, %.		Изменение структуры 2015г. в сравн. с 2014 г., в пунктах
		2014 г.	2015 г.	
1	Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	100	100	0
2	Себестоимость проданных товаров	(97,04)	(98,6)	-1,56
3	Валовая прибыль	2,96	1,4	-1,56
4	Управленческие расходы	0	0	0
5	Прибыль от продаж	2,96	1,4	-1,56
6	Прочие доходы	0,04	0,39	+0,35
7	Прочие расходы	(0,22)	(0,81)	-0,59
8	Прибыль до налогообложения	2,78	0,97	-1,81
9	Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи	(0,58)	(0,43)	+0,15
10	Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	2,2	0,54	-1,66

Структурно – динамический анализ, по данным таблицы 2.4, в целом показал, что, несмотря на весьма благополучное положение с темпами роста и абсолютным приростом основных показателей, характеризующих финансовые результаты деятельности ООО «Картель» (см. табл. 2.2), имеет место

отрицательно складывающиеся тенденции, выражающиеся в ухудшении финансовых результатов почти по всем позициям.

В 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился удельный вес себестоимости проданных товаров и прочих расходов соответственно на 1,56 и 0,59 пункта, что не очень хорошо сказывается на финансовых результатах предприятия. В этом же году снизился удельный вес всех видов прибыли на 1 руб. выручки от продаж, в частности валовой прибыли (1,56 пункта), прибыли от продаж (1,56 пункта), прибыли до налогообложения (1,81 пункта) и чистой прибыли (1,66 пункта). Для более глубокого анализа исследуют состав каждого элемента прибыли и факторы, повлиявшие на нее.

Прибыль от реализации продукции предприятия, определяется как разница между выручкой от реализации без налога на добавленную стоимость и акцизов и ее полной себестоимостью, которая представляет собой сумму стоимости приобретения товаров и относящимся к ним издержек обращения.

Согласно этой инструкции представляет собой валовой доход от реализации продукции, то есть разницу продажной и покупной стоимостью товаров или сумму наценок в процентах к покупной стоимости реализуемых товаров [16, с. 103]. Проанализируем прибыль от реализации продукции на ООО «Картель» за исследуемый период (см. табл. 2.5).

Таблица. 2.5 - Анализ прибыли от продаж продукции ООО «Картель»

Наименование показателя	Период		
	2013	2014	2015
Выручка	652876	785629	858121
Себестоимость продаж	(458443)	(486230)	(498760)
Валовая прибыль (убыток)	194433	299399	359361
Коммерческие расходы	(121)	(132)	(135)
Управленческие расходы	(119104)	(147976)	(206827)
Прибыль (убыток) от продаж	75208	151291	152399

Прибыль от продаж продукции ООО «Картель» в 2015 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 77191 тыс. руб. Это произошло за счет увеличения выручки на 205245 тыс. руб.

Проведем факторный анализ прибыли ООО «Картель».

На изменение суммы прибыли влияют в основном три: изменение объема реализации продукции; изменение структуры и ассортимента выпускаемой продукции; изменение уровня затрат на 1 рубль реализованной продукции. Таким образом:

$$\Delta\Pi = \Delta\Pi1 + \Delta\Pi2 + \Delta\Pi3,$$

Произведем расчет первого показателя.

$$\Delta\Pi1 = \Pi0 \cdot (\kappa1 - 1), \quad (3)$$

$$\kappa1 = \frac{C1}{C0}, \quad (4)$$

$$\Delta\Pi1(2015) = 75208 \cdot \left(\frac{498760}{458443} - 1 \right) = 6614$$

$$\Delta\Pi2 = \Pi0 \cdot (\kappa2 - \kappa1), \quad (5)$$

$$\kappa2 = \frac{B1}{B0}, \quad (6)$$

$$\Delta\Pi2(2015) = 75208 \cdot \left(\frac{858121}{652976} - \frac{498760}{458443} \right) = 15793$$

$$\Delta\Pi3 = B1 \cdot \left(\frac{C0}{B0} - \frac{C1}{B1} \right), \quad (7)$$

$$\Delta\Pi3(2015) = 858121 \cdot \left(\frac{458443}{652876} - \frac{498760}{858121} \right) = 102974$$

$$\Delta\Pi(2015) = 6614 + 15793 + 102974 = 125381$$

Таким образом, в результате изменения объема реализации продукции сумма прибыли увеличилась в 2015 г. по сравнению с 2013 г. на 6614 тыс. руб., за счет изменения структуры и ассортимента реализованной продукции прибыль уменьшилась на 15793 тыс. руб., а за счет изменения уровня затрат на 1 рубль реализованной продукции прибыль предприятия уменьшилась на

102974 тыс. руб. В целом, под влиянием этих факторов прибыль от продаж увеличилась в 2015 году на 125381 тыс. руб.

Проводя факторный анализ прибыли от продаж продукции ООО «Картель», мы выявили, что наибольшее влияние на нее оказывают изменение затрат на производство и реализацию продукции.

2.3. Оценка уровня рентабельности организации

Рентабельность является важнейшим показателем, отражающим конечные финансовые результаты деятельности предприятия и означает жизнеспособность организации в долгосрочной перспективе, но никак не его способность погашать долги. Организация может быть прибыльной, но не неплатежеспособной, и наоборот.

Рентабельность – относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

В этой главе нами будут проанализированы следующие показатели:

- рентабельность продаж;
- рентабельность производственной деятельности
- рентабельность всего капитала
- рентабельность внеоборотных активов
- рентабельность собственного капитала.

Рассчитаем показатели рентабельности:

1) Рентабельность продаж

$$R_n = \frac{\Pi_{pn}}{B}, \quad (8)$$

где: R_n - рентабельность продаж;

Π_{pn} - прибыль от продаж;

B - выручка.

$$\text{В 2013 г. } R_{n(3)} = \frac{75208}{652876} = 11,5\%$$

$$\text{В 2014 г. } R_{n(4)} = \frac{151291}{785629} = 19,2\% .$$

$$\text{В 2015 г. } R_{n(5)} = \frac{152399}{858121} = 17,8\% .$$

Таким образом, если в 2014 году с каждого рубля реализованной продукции предприятие получало прибыли 19,2 коп., то в 2015 году этот показатель уменьшился 1,4%.

2) Рентабельность производственной деятельности (окупаемость издержек):

$$R_3 = \frac{\Pi_{pn}}{И} , \quad (9)$$

где: И - затраты на производство и сбыт продукции.

$$\text{В 2013 г. } R_{3(3)} = \frac{75208}{577668} = 13\%$$

$$\text{В 2014 г. } R_{3(14)} = \frac{151291}{634338} = 23,8\% .$$

$$\text{В 2015 г. } R_{3(5)} = \frac{152399}{705722} = 21,6\% .$$

Отсюда следует, что каждый рубль затрат на производство и сбыт продукции в 2015 году принес предприятия прибыли 21,6 коп, это на 2,2% меньше, чем в предшествующем 2014 году.

3) рентабельность (доходность) всего капитала предприятия (R_K):

$$R_K = \frac{ЧП}{B} , \quad (10)$$

где: ЧП - чистая прибыль;

$B_{(6)}$ - валюта баланса

$$\text{В 2013 г. } R_{K13} = \frac{43521}{525475} = 8,3\%$$

$$\text{В 2014 г. } R_{K(4)} = \frac{62674}{577593} = 10,8\% .$$

$$\text{В 2015 г. } R_{\text{к(5)}} = \frac{126076}{915495} = 13,8\% .$$

В 2013 году чистая прибыль предприятия составила 8,3 % от среднегодовой стоимости всего инвестированного капитала. В 2015 г. доля чистой прибыли составила 13,8 % от суммы всего капитала на конец года.

Далее рассмотрим рентабельность внеоборотных активов.

4) Рентабельность внеоборотных активов (R_F):

$$R_F = \frac{\text{ЧП}}{F} , \quad (11)$$

где: F - стоимость внеоборотных активов

$$\text{В 2013 г. } R_{F(3)} = \frac{43521}{213456} = 20,4\%$$

$$\text{В 2014 г. } R_{F(4)} = \frac{62674}{227559} = 27,5\%$$

$$\text{В 2015 г. } R_{F(5)} = \frac{126076}{315204} = 39,9\% .$$

Расчеты показали, что в 2015 году на каждый рубль, вложенных во внеоборотные активы средств, приходится 39,9 коп. чистой прибыли, что почти в 2 раза больше, чем в 2013 году.

Далее рассмотрим рентабельность собственного капитала.

5) Рентабельность собственного капитала ($R_{СК}$):

$$R_{СК} = \frac{\text{ЧП}}{СК} , \quad (12)$$

где: СК - собственный капитал предприятия.

$$\text{В 2013 г. } R_{СК(3)} = \frac{43521}{278640} = 15,6\%$$

$$\text{В 2014 г. } R_{СК(4)} = \frac{62674}{334193} = 18,7\% .$$

$$\text{В 2015 г. } R_{СК(5)} = \frac{126076}{661340} = 19\% .$$

Эффективность использования собственных средств предприятия в 2015 г. возросла по сравнению с 2013 годом в 1,2 раза составив 19 %.

Сведем все рассчитанные показатели в таблицу 2.6

Таблица 2.6 - Показатели рентабельности деятельности ООО «Картель»

Показатель	2013 г., %	2014 г., %	2015 г., %
Рентабельность продаж ($R_{п}$)	11,5	19,2	17,8
Рентабельность производственной деятельности (окупаемость затрат) (R_3)	13	23,8	21,6
Рентабельность всего капитала предприятия (R_K)	8,3	10,8	13,8
Рентабельность внеоборотных активов (R_F)	20,4	27,5	39,9
Рентабельность собственного капитала ($R_{ск}$)	15,6	18,7	19

Проанализируем рассчитанные показатели на основе рисунка 2.4. Из рисунка видно снижение рентабельности продаж и рентабельности от производственной деятельности в 2015 году.

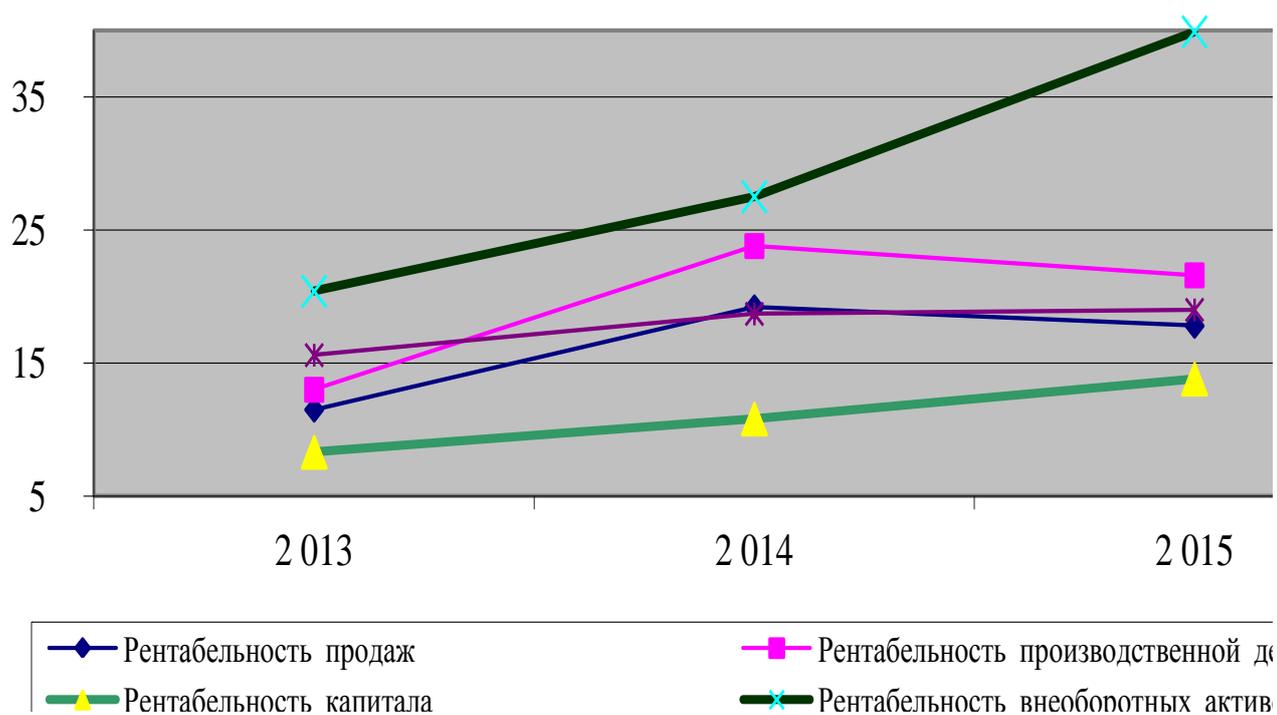


Рисунок 2.4 – Динамика показателей рентабельности в ООО «Картель» за период 2013-2015г.г.

Для предотвращения снижения рентабельности продаж и, желательно, ее повышения руководству предприятия необходимо принять решения, которые позволят воздействовать на факторы, влияющие на рентабельность продаж. Так, например, себестоимость продаж может быть снижена за счет снижения стоимости материалов и комплектующих при производстве мебели, а также

увеличения объемов закупок, при условии, что удастся договориться с поставщиками о скидках на объем.

Подводя итог вышесказанному, хотелось бы отметить, что управление производственной и финансовой деятельностью ООО «Картель» осуществляется достаточно эффективно, однако предприятие может показать еще более высокие результаты.

В результате проведенного анализа финансовых результатов деятельности организации можно сказать о том, что за период 2013-2015г.г. предприятие сработало прибыльно и достаточно эффективно. Из результатов факторного анализа видно, что на прибыль от реализации продукции оказал в основном фактор: объем реализации продукции.

В результате проведенного анализа эффективности деятельности предприятия, можно говорить о существенном улучшении практически всех показателей деятельности ООО «Картель» в 2014 году.

В следующей главе бакалаврской работы будут предложены мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности организации ООО «Картель».

3. Направления улучшения финансовых результатов деятельности ООО «Картель»

3.1 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятия

Современная нестабильность рыночных отношений, жесткая конкуренция и кредитная политика, несовершенство налоговой системы, постоянно меняющиеся нормативные акты влияют на уровень финансовых результатов деятельности организаций. В таких условиях необходимо постоянно отслеживать изменение абсолютных и относительных показателей эффективности деятельности хозяйствующего субъекта, с целью поддержания его конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Поэтому одной из основных проблем стоящих перед хозяйствующими субъектами в современных экономических условиях является поиск резервов увеличения прибыли организации и уровня рентабельности. В результате проведенного анализа финансовых результатов деятельности исследуемого предприятия можно сказать о том, что управление производственной и финансовой деятельностью организации осуществляется достаточно эффективно, однако предприятие может показать еще более высокие результаты.

Предприятию необходимо активно развивать рекламную деятельность с целью позиционирования предприятия на рынке в целом и привлечения партнеров в частности. Кроме того, именно с помощью рекламной деятельности ООО «Картель» в конечном результате может получить достаточно высокую прибыль.

В настоящее время эффективным и экономичным средством размещения рекламы является сеть Интернет. Однако в первую очередь следует активизировать работы по ведению сайта, следить за своевременным обновлением информации для того, чтобы потребители продукции имели

возможность быть в курсе всех изменений ценового и ассортиментного характера.

Кроме того, можно порекомендовать ООО «Картель» осуществлять более активную рекламу, повышающую имидж организации посредством проведения выставок, заказа рекламных щитов, распространения среди партнеров календарей, ручек, брелков и другой продукции рекламного характера с брендом ООО «Картель».

Эти, казалось бы, незначительные детали не только положительно характеризуют предприятие, но и повышают узнаваемость бренда предприятия. Таким образом, внедрение мероприятий по улучшению финансовых результатов позволят увеличить приток клиентов, повысить эффективность производственно – хозяйственной деятельности ООО «Картель», а также укрепить его позиции на рынке и расширить объем оказываемых услуг.

Таким образом, разработаем мероприятия направленные на улучшение финансовых результатов в деятельности ООО «Картель»

1 Мероприятие. Использование в производстве продукции новых радиусных фасадов и 3d рисунков.

Если для клиента, на первом месте в интерьере стоит оригинальность и неповторимый дизайн, то кухни с радиусными фасадами в полной мере удовлетворят его запросы. Во-первых, они изготавливаются исключительно под заказ. Поэтому для клиента есть все возможности создать нечто уникальное, раскрывающее его видение удобного и эргономичного дизайна. Во-вторых, за счет индивидуальной разработки клиент сможет создать подходящее для себя пространство, которое отвечает всем его требованиям. Например, создать рабочее место, окруженное радиусными тумбами или воплотить природные линии с помощью создания фигурной столешницы и таких же навесных ящичков.

Что касается материалов, то такая кухня производится из многослойной фанеры и МДФ плиты. В первом случае листы фанеры склеиваются с помощью специального клея и прессуются, после чего гнутся с использованием

оборудования. Производство радиусных МДФ плит совершенно другое: процесс вакуумного термопрессования подразумевает формирование радиуса на этапе производства плиты, а не после него. Именно такой способ изготовления гнутых фасадов гарантирует сохранность первоначального вида кухни надолго.

Постформинг - технология облицовки плиты ДСП слоистым пластиком при повышенных давлении и температуре. Заключается в том, что на кромке детали из ДСП фрезеруется профиль, после чего на деталь наклеивается пластик так, что его край свисает над профилем. Затем в специальном станке эта часть пластика нагревается, становится мягкой и приклеивается к поверхности профиля. В результате шов между облицовкой пласти и кромки с одной стороны отсутствует и при эксплуатации изделия в него не попадает вода, что могло бы вызвать отслоение пластика.

Покрытие по технологии постформинг обладает высокими защитными свойствами, обеспечивая высокую устойчивость материала к механическим, термическим и химическим воздействиям. Предназначается для отделки рабочих и фасадных поверхностей мебели, для изготовления столешниц. Толщина покрытия достигает нескольких миллиметров. Постформинг позволяет использовать очень широкий цветовой спектр окраски покрытия. Плиты постформинга имеют глянцевую (гладкую) и матовую (пористую) поверхность.

Гарантия качества максимальная среди всех производителей - 2 года. Фасады изготовлены из высококачественных материалов: МДФ Egger (Австрия) и пленка ПВХ (Япония). Более 300 цветов, 1-сторонняя и 2-х сторонняя окраска фасадов. Покрытия фасадов: матовые, глянцевые, абразив, серебро, золото. Спецэффекты: жемчуг, перламутр, металлик, краколет, хамелеон и оптимальные цены.

Кроме непосредственного изготовления кухонной мебели с использованием фасадов, предлагается также внедрение новой услуги - замена

фасадов. Данная услуга особенно актуальна в условиях ограниченных финансовых возможностях покупателей.

Ответственные за реализацию проекта по оказанию новой услуги и сроки реализации проекта представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Ответственные за внедрение новой услуги

Этап реализации проекта	Ответственный	Сроки
Поиск поставщика фасадов	Заместитель директора по производству	Июль
Заключение договора о поставках		Август
Реклама новой услуги	Коммерческий директор	Август
Изготовление опытной партии	Начальник цеха	Август

В целях рекламирования новой услуги, а также привлечения новых клиентов предлагается график выхода рекламы, представленный в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – График рекламы услуги по замене кухонных фасадов

Вид рекламы	Периодичность	Совокупные затраты, тыс.руб.
Реклама на радио	Еженедельно в течение двух месяцев	6,4
Флаеры-листовки	Распространение в течение месяца	10,4

Рекламу новой услуги предлагается разместить на радио «Европа-Плюс» с зоной охвата всей Самарской области, а также распространить флаеры-листовки.

По данным типографии «Атриум» стоимость двухцветных листовок составит 10,4 тыс.руб.

Итого затрат на рекламу: $6,4 + 10,4 = 16,8$ тыс.руб.

Также предприятию предлагается рассмотреть возможности замены ряда элементов импортной фурнитуры на отечественную.

Мероприятие 2. Снижение цен на мебель на основе замены импортной фурнитуры на отечественную.

В настоящее время ООО «Картель» использует фурнитуру, в основном польского и китайского производства. В то же время, проведенное исследование рынка показало, что для ООО «Картель» целесообразна закупка следующей отечественной фурнитуры:

- профили – производство ОАО «Росла»;
- ручки – производства ОАО «Валмакс»;
- направляющие для корпусной мебели – производства Окуловского завода мебельной фурнитуры;
- механизмы трансформации – производства компании «Эгида» (Казань);
- колесные, поворотные и стационарные опоры — производства Ижевского завода мебельной фурнитуры.

Мероприятие 3. В целях стимулирования сбыта в течение 2016 г. предлагается проведение нескольких рекламных акций.

1. Рекламная акция «Только детям!» - август 2016 года.

Цель акции - продвижение модульных детских комплектов. В течение августа 2016 г. предлагается продажа мебели для детей со скидкой. Скидка проводится в августе перед началом учебного года. Для проведения акции необходимо ее сопровождение листовками и наружными рекламными материалами.

2. Ноябрь 2016 г. – акция «BoSS». Цель акции - продвижение модульной системы «Бизнес». Для проведения акции необходимо ее сопровождение рекламными материалами.

3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий

Произведем расчет экономической эффективности мероприятия № 1. Использование в производстве продукции новых радиусных фасадов и 3d рисунков.

Экспертные опросы специалистов ООО «Картель» показали, что внедрение новой услуги обеспечит рост выручки кухонной мебели на 10 %.

Таким образом, можно прогнозировать прирост выручки в размере $858121 * 10 \% = 8581,21$ тыс.руб. Исходные данные для расчета экономической эффективности внедрения услуги по замене фасадов сведем в таблицу 3.3.

Таблица 3.3 - Исходные данные для расчета экономической эффективности внедрения услуги по замене фасадов

Показатель	Обозначение	Значение
Выручка мебели для кухни, тыс.руб.	О	858121
Планируемый прирост выручки, тыс.руб.	О*	85812,1
Численность общая работающих, чел.	Чобщ	138
Среднегодовая выработка мебели для кухни на одного работника, тыс.руб.	В	116,71
Среднегодовая заработная плата работника, тыс.руб.	Зср.	259,2
Процент отчислений на социальное страхование и обеспечение, %	Сот	30,2
Затраты на рекламу, тыс.руб.	З	16,8
Удельный вес выручки от продажи мебели для кухни в общем объеме выручки, %	У	9

Далее произведем расчет эффективности внедрения услуги по замене фасадов используя таблицу 3.4.

Таблица 3.4 - Расчет эффективности внедрения услуги по замене фасадов

№ п/п	Показатель	Обозначение	Формула	Расчет по фактическим данным
1	Планируемый товарооборот, тыс.руб.	Оплан	$Оплан = О + О^*$	$858121 + 8581,21 = 866702,21$
2	Планируемая выработка одного работника, тыс.руб.	Вплан	$Вплан = Тплан / Чобщ$	$866702,21 / 138 = 6280$
3	Прирост производительности труда по производству мебели для кухни, %	ΔПР	$ΔПР = (Вплан - В) * 100 \% / В$	$(6280 - 5700) * 100 \% / 5700 = 10$
4	Прирост производительности труда – всего, %	ПР	$ПР = ΔПР * У$	$10 * 0,1 = 1$
5	Относительная экономия численности, чел.	Эч	$Эч = Чобщ * ПР / (100 + ПР)$	$138 * 1 / (100 + 1) = 1,4$
6	Экономия на заработной плате, тыс.руб.	Эз	$Эз = Эч * Зср$	$1,4 * 259,2 = 362,88$
7	Годовая экономия по отчислениям на социальное страхование, тыс.руб.	Эсс	$Эсс = Эз * Н$	$362,88 * 30,2\% = 123,4$
8	Годовой экономический эффект, тыс.руб.	Эобщ	$Эобщ = Эз + Эсс - З$	$362,88 + 123,4 - 16,8 = 469,48$

В результате внедрения услуги по замене фасадов условно-годовая экономия составит 469,48 тыс.руб.

Далее рассчитаем экономическую эффективность по мероприятию №2, а именно снижение цен на мебель на основе замены импортной фурнитуры на отечественную.

Показатели стоимости затрат на фурнитуру в общей себестоимости продукции представлены в таблице 3.5. Из данных таблицы видно, что переход на отечественную фурнитуру по ряду позиций позволит получить возможность снижения затрат на 885 тыс.руб. в год, или на 1,67 % ($885 * 100 / 53063$).

Наиболее существенное снижение затрат будет получено по корпусной мебели, так как в ее производстве возможна замена практически всей импортной фурнитуры на отечественную. В себестоимости корпусной мебели удельный вес затрат на фурнитуру составляет 14 – 16 %, таким образом, без потери прибыли, ООО «Картель» может снизить цены на корпусную мебель в среднем на 15 %. Допустим, цена стола «Элит» в стандартной комплектации на настоящий момент составляет 25650 руб. При переходе на отечественную фурнитуру цена оставит: $25650 - 25650 * 15 \% = 21803$ руб.

Таблица 3.5 – Показатели стоимости затрат на фурнитуру в общей себестоимости продукции

Вид фурнитуры	Доля затрат в полной себестоимости, %	Общие затраты в год, тыс.руб.	Процент снижения затрат при переходе на отечественную фурнитуру, %	Планируемое снижение затрат, тыс.руб.
Профили	5	1592	10	159
Ручки	3	955	20	191
Направляющие для корпусной мебели	6	1146	15	172
Механизмы трансформации	8	1528	15	229
Колесные, поворотные и стационарные опоры	7	1337	10	134
Итого	29	6558	-	885

Выручка от продажи корпусной мебели в 2015 г. составила 48 % от общего объема продаж – $858121 * 48 \% = 411898$ тыс.руб. Экспертные опросы специалистов ООО «Картель» показали, что снижение цен на корпусную мебель на 15 % обеспечит рост выручки от продаж корпусной мебели на 12 %, или на 102974,52 тыс.руб. В таблице 3.6 представлены этапы реализации мероприятия и распределение функциональных обязанностей работников. Данная таблица содержит описательный процесс, наименование работ, источник информации, а также ответственное лицо за мероприятие на каждом этапе.

Таблица 3.6 – Содержание этапов внедрения мероприятия по замене импортной фурнитуры на отечественную

№ этапа	Содержание	Работы	Источники информации	Ответственный
1	Анализ рынка отечественной фурнитуры	Проведение исследования рынка производителей отечественной фурнитуры, изучение ассортимента и цен на фурнитуру	Интернет, справочники, каталоги, прайс-листы	Коммерческий директор
2	Сравнительный анализ затрат на импортную и отечественную фурнитуру	Экономический анализ	Интернет, справочники, каталоги, прайс-листы, отчетные калькуляции	Главный бухгалтер
3	Принятие решения о переходе на использование отечественной фурнитуры	Совещание руководства ООО «Картель»	Результаты анализа по этапу 2	Директор, главный бухгалтер, Коммерческий директор, Начальник производства, Главный бухгалтер
4	Заключение договоров о поставке фурнитуры	Выезд представителя на предприятия-изготовители, договорная работа	Договорная документация	Коммерческий директор
5	Поставки фурнитуры	Организация поставок		
6	Внедрение в производство фурнитуры	Производственный процесс	Технологические карты	Начальник производства

Исходные данные для расчета экономической эффективности замены импортной фурнитуры на отечественную представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 - Исходные данные для расчета экономической эффективности замены импортной фурнитуры на отечественную

Показатель	Обозначение	Значение
Выручка от продажи корпусной мебели, тыс.руб.	О	858121
Планируемый прирост выручки, тыс.руб.	О*	102974,52
Численность общая работающих, чел.	Чобщ	138
Среднегодовая выработка корпусной мебели на одного работника, тыс.руб.	В	116,71
Среднегодовая заработная плата работника, тыс.руб.	Зср.	259,2
Процент отчислений на социальное страхование и обеспечение, %	Сот	34
Удельный вес выручки от продажи корпусной мебели в общем объеме выручки, %	У	48

Произведем расчет экономической эффективности замены импортной фурнитуры на отечественную. Данные сведем в таблицу 3.8.

Таблица 3.8 - Расчет эффективности замены импортной фурнитуры на отечественную

№ п/п	Показатель	Обозначение	Формула	Расчет по фактическим данным
1	Планируемый товарооборот, тыс.руб.	Оплан	$Оплан = О + О^*$	$858121 + 102974,52 = 961095,52$
2	Планируемая выработка одного работника, тыс.руб.	Вплан	$Вплан = \frac{Тплан}{Чобщ}$	$961095,52 / 138 = 6964,5$
3	Прирост производительности труда, %	ΔПР	$ΔПР = \frac{(Вплан - В) * 100 \%}{В}$	$(6964,5 - 6222) * 100 \% / 6222 = 12$
4	Прирост производительности труда – всего, %	ПР	$ПР = ΔПР * У$	$12 * 0,48 = 5,76$
5	Относительная экономия численности, чел.	Эч	$Эч = \frac{Чобщ * ПР}{100 + ПР}$	$138 * 5,76 / (100 + 5,76) = 7,5$
6	Экономия на заработной плате, тыс.руб.	Эз	$Эз = Эч * Зср$	$7,5 * 259,2 = 1947$

Продолжение таблицы 3.8

7	Годовая экономия по отчислениям на социальное страхование, тыс.руб.	Эсс	$Эсс = Эз * Н$	$1947 * 30,2 \% = 662$
8	Годовой экономический эффект, тыс.руб.	Эобщ	$Эобщ = Эз + Эсс$	$662 + 1947 = 2609$

В результате замены импортной фурнитуры на отечественную условно-годовая экономия составит 2609 тыс.руб.

Произведем расчет экономической эффективности мероприятия №3.

Рассчитаем эффективность от проведения рекламной акции «Только детям!» - август 2016 года.

Затраты на проведение акции представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Затраты на проведение акции «Только детям!»

Вид рекламы	Периодичность	Цена за один выпуск	Общие затраты, тыс.руб.
Газета «Презент»	Два раза в неделю в течение августа 2016 г. Всего 8 выпусков	1350 руб.	10,8
Флаеры-листовки	Распространение в течение августа 2016 г.	Полноцветные листовки в количестве 2000 шт. по цене 2000 руб. за 500 шт.	8,0
Наружные плакаты	Размещение в течении августа 2016 г.	10 баннеров до 30 кв.м по цене 1040 руб. за ед.	10,4
Итого затрат			29,2

Выручка от продажи детской мебели в 2015 г. составила 3 % от общего объема продаж, то есть $858121 * 3 \% = 25743,6$ тыс.руб. В среднем в месяц продается детской мебели на сумму 2145 тыс.руб.

Подход к установлению скидок должен быть обоснованным и обеспечивающим приемлемую рентабельность продаж. Для обоснования размера скидок в ООО «Картель» предлагается использования формулы «прямой прибыльности» товара, с использованием которой, составлена

таблица, показывающая, на сколько надо увеличивать объем продаж товара с известной прямой прибылью при уменьшении цены на него для получения неизменной прибыли.

Таблица 3.10 - Рекомендуемая шкала скидок

Скидка	Исходная прямая прибыльность товара											
	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2%	25%	15%	11%	9%	7%	6%	5%	4%	3%	3%	3%	2%
3%	43%	25%	18%	14%	11%	9%	8%	6%	5%	4%	4%	3%
4%	67%	36%	25%	19%	15%	13%	11%	9%	7%	6%	5%	5%
5%	100%	50%	33%	25%	20%	17%	14%	11%	9%	8%	7%	6%
7%	233%	88%	54%	39%	30%	25%	21%	16%	13%	11%	10%	8%
10%		200%	100%	67%	50%	40%	33%	25%	20%	17%	14%	13%
15%			300%	150%	100%	75%	60%	43%	33%	27%	23%	20%
20%				400%	200%	133%	100%	67%	50%	40%	33%	29%
25%					500%	250%	167%	100%	71%	56%	45%	38%
30%						600%	300%	150%	100%	75%	60%	50%
35%							700%	233%	140%	100%	78%	64%
40%								400%	200%	133%	100%	80%

Экспертная оценка специалистов ООО «Картель» данных таблицы позволил сделать вывод, что наиболее вероятным, с учетом прямой прибыльности детской мебели в размере 30 % является предоставление скидок в 7 %. Рост продаж на 30 % специалистам ООО «Картель» представляется достижимым. Таким образом, прогнозируемая выручка от продаж детской мебели в августе 2015 г. составляет $2145 * 130 \% = 2789$ тыс.руб.

Рассчитаем эффективность от проведения акции «BoSS». Цель акции - продвижение модульной системы «Бизнес». Для проведения акции необходимо ее сопровождение листовками и наружными рекламными материалами.

Затраты на проведение акции представлены в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Затраты на проведение акции «NEW STYLE - FANTASY»

Вид рекламы	Периодичность	Цена за один выпуск	Общие затраты, тыс.руб.
Газета «Презент»	Два раза в неделю в течение ноября 2016 г. Всего 8 выпусков	1350 руб.	10,8
Флаеры-листовки	Распространение в течение ноября 2016 г.	Полноцветные листовки в количестве 2000 шт. по цене 2500 руб. за 500 шт.	10

Продолжение таблицы 3.11

Наружные плакаты	Размещение в течение ноября 2016 г.	10 баннеров до 30 кв.м по цене 3000 руб. за ед.	30
Итого затрат 50,8			

Выручка от продажи корпусной мебели в 2016 г. составила 48 % от общего объема продаж, то есть $858121 * 48 \% = 411898$ тыс.руб. В среднем в месяц продается корпусной мебели на сумму 34325 тыс.руб.

Руководством ООО «Картель» предполагает, что проведение акции позволит повысить объемы продаж корпусной мебели в сентябре на 50 %, то есть на 17162,5 тыс.руб.

Планируемая прибыль от продаж из расчета по нормируемой рентабельности в 20 %: $17162,5 * 20 / 120 = 2860$ тыс.руб.

Таким образом, сведем все расчетные показатели в таблицу 3.14.

Таблица 3.14 - Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий, направленных на повышение финансовых результатов и конкурентоспособности ООО «Картель»

№	Мероприятие	Прирост объема продаж, тыс.руб.	Годовой экономический эффект, тыс.руб.	Ответственный
1	Использование в производстве новых радиусных фасадов и внедрение услуги – 3D рисунок	85812,1	469,48	Заместитель директора по производству
2	Снижение цен на мебель на основе замены импортной фурнитуры на отечественную	102974,52	609	Коммерческий директор
3	Проведение рекламных акций	78245,5	5649	
	Итого	267032,12	6727,48	-

Как мы видим, после внедрения мероприятий, направленных на улучшение финансовых результатов в ООО «Картель» планируется прирост

производительности труда, который составит 11,23 %, прирост объема продаж продукции предприятия составит в размере 267032,12 тыс.руб.

Годовой экономический эффект от внедрения программы мероприятий по повышению финансовых результатов в ООО «Картель» составляет 6727,48тыс.руб.

Заключение

Подводя итоги работы необходимо подчеркнуть, что в современных кризисных условиях деятельность любой коммерческой организации является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в положительных результатах ее функционирования.

Рыночная экономика ориентирует предприятия на удовлетворение спроса и потребителей рынка, на запросы конкретных потребителей и организацию производства только тех видов продукции, которые пользуются спросом и могут принести фирме необходимый финансовый результат.

Финансовые результаты являются важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности предприятия, так как определяют конкурентоспособность и потенциал в деловом сотрудничестве данной организации, оценивают, в какой степени гарантированные экономические интересы хозяйствующего субъекта и его партнеров в финансовом и производственном отношении. Однако одного умения реально оценить финансовые результаты недостаточно для успешного функционирования предприятия и достижения им поставленной цели. Конкурентоспособность может обеспечить только правильное управление движением финансовых результатов и капитала, находящихся на распоряжении.

Исследуя теоретические основы финансовых результатов деятельности организации в работе были определены: экономическая сущность, состав и информационная база проведения оценки финансовых результатов. Кроме этого в работе представлены современные методики, виды и способы анализа финансовых результатов на предприятии. Так же проведен анализ порядка формирования и распределения прибыли на предприятии.

В аналитической части бакалаврской работы была представлена оценка финансовых результатов деятельности ООО «Картель». Предприятие занимается производством и сбытом мебели на территории Самарской области. Анализ деятельности свидетельствует о том, что несмотря на положительную

динамику количественных показателей деятельности предприятия наблюдается негативная тенденция качественных показателей, что может привести к снижению уровня развития предприятия в целом и его финансовых показателей. С целью выявления негативных факторов, влияющих на уровень эффективности предприятия необходимо было провести анализ состава, динамики и структуры прибыли организации и оценку уровня рентабельности ООО «Картель».

Проводя факторный анализ прибыли от продаж продукции ООО «Картель», мы выявили, что наибольшее влияние на нее оказывают изменение затрат на производство и реализацию продукции.

Для предотвращения снижения рентабельности продаж и, желательно, ее повышения руководству предприятия необходимо принять решения, которые позволят воздействовать на факторы, влияющие на рентабельность продаж. Предложены следующие мероприятия: использование в производстве продукции новых радиусных фасадов, изготовленных по технологии постформинг и внедрение новой услуги 3d рисунок; снижение цен на мебель на основе замены импортной фурнитуры на отечественную; проведение нескольких рекламных акций.

После внедрения мероприятий, направленных на улучшение финансовых результатов ООО «Картель» планируется прирост производительности труда составит 11,23 %, прирост объема продаж продукции предприятия в размере 267032,12 тыс.руб. Годовой экономический эффект от внедрения программы мероприятий составляет 6727,48тыс.руб.

Таким образом, задачи выпускной квалификационной работы были выполнены, а поставленная цель достигнута.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 30.03.2015)
2. Акулов В. Особенности принятия решений субъектом стратегического менеджмента / В. Акулов, М. Рудаков // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 3. – С. 35–38.
3. Андреев, В. А. Правовой статус малых предприятий / В. А. Андреев. – М.: Омега-Л, 2014. – 218 с.
4. Антонов П.Р. Конкурентоспособность: сущность и оценка эффективности / П.П. Антонов // Практический маркетинг. – 2013. – № 9. – С. 49–50.
5. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ: учебник / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: ДИСД, 2009.
6. Арутюнов, Ю.А. Финансовый менеджмент / Ю.А. Арутюнов. – М.: КНОРУС, 2014. – 312 с.
7. Базарова Т.Ю. Еремина Б.Л. Управление персоналом. –М.: ЮНИТИ, 2013
8. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент PDF. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
9. Бланк И.А. Финансовый менеджмент/ И.А. Бланк. – М.: КНОРУС, 2011. – 312 с.
10. Виханский, О.С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2013.
11. Волков О.И. Экономика предприятия: Курс лекций / О.И. Волков, М.: ИНФРА-М, 2003
12. Гамидов Г.С. Инновации и конкурентоспособность – главные факторы устойчивого развития промышленных предприятий / Г.С. Гамидов// Инновации. – 2016. –№1. – С. 85-91

13. Герасимова Е. Б., Бариленко В. И., Петрусевич Т. В, Теория экономического анализа (учебное пособие) Серия: "Высшее образование" М.: Инфра-М, Форум, 2014. - 368 с.
14. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: учебник для ВУЗов / Л.Т. Гиляровская – Москва: Изд-во ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 616 с.
15. Горфинкель, проф. В.А. Швандаря – 4 – е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2012. – 612 с.
16. Гражданский кодекс РФ. М.: ООО «Витрэм», 2001
17. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учеб.: Электрон. биб-ка. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Термика: ИНФРА-М, 2013
18. Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: уч. Пособие / А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева Изд-во: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 – 639 стр.
19. Калачева, Д. Современные аспекты концепции «Бережливое производство + шесть сигм» и роль логистики в ее реализации/ Логистика, № 2, 2014.
20. Кириченко Т.В. Финансовый менеджмент: учебник / Т.В. Кириченко Изд-во: Дашков и К, 2011 – с. 484
21. Ковалев В.В. Корпоративные финансы и учет. Понятия, алгоритмы, показатели: учеб. пособие / В.В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Проспект, 2013. –345 с.
22. Ковалев В.В. Финансы. Учебник. - М.: Проспект, 2013. – 640с.
23. Когденко В.Г., Мельник М.В. Управление стоимостью компании. Ценностно-ориентированный менеджмент: учебник / В.Г.Когденко, М.В.Мельник Изд-во: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 – с. 447
24. Колчин С.П. Налоги в Российской Федерации: учебное пособие. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 270с.
25. Конорева Т.В. Управление затратами. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2003. – 234с.

26. Куприянова Л.М. Экономический анализ. Учебное пособие – М.: ИНФРА-М, 2014. – 159 с.
27. Лапыгин, Ю. Н. Управленческие решения: Учебное пособие. – М.: ЭКСМО, 2009.– 448 с.
28. Лифшиц, А. С. Управленческие решения: Учебное пособие.– М.: КНОРУС, 2009. –248с.
29. Макарова, В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА – М, 2009.
30. Марочкина О.Ю. Основы финансового менеджмента на предприятии. Учебное пособие: Мн.: БГЭУ, 2011г.
31. Матюхин, П.В. Эффективное управление организацией: теория и практические рекомендации // Наука и предпринимательство, № 3, 2014.
32. Мелкумов Я.С. Теоретическое и практическое пособие по финансовым вычислениям. – М.: ИНФРА-М, 2011
33. Налоговый кодекс РФ. М.: Юрист-М, 2013
34. Орехов С.А. Факторинг. Управление корпоративными финансами. М.: Ком-пания Спутник, 2010
35. Петренко С.Н. Контроллинг. Ника-Центр, 2015. - 327 с.
36. Пипко, Е. Г. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / Е. Г. Пипко. - ТГУ. - Тольятти : ТГУ, 2011. - 315 с.
37. Попова Л.В., Испакова Р.Е., Головина Т.А. Контроллинг. – М.: ДИС, 2003. – 192 с.
38. Попченко Е.Л., Ермасова Н.Б. Бизнес-контроллинг. Альфа-Пресс, 2006. - 286 с.
39. Прыкина, Л. В. Экономический анализ предприятия / Л. В. Прыкина. – М. : ЮНИТИ - ДАНА, 2008. – 360 с.
40. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Мн. : МП «Экоперспектива», 2010. – 620 с.

41. Самарина, Г. П., Балабанов, А. И. Финансы предприятий: учеб. пособие для вузов / Г. П. Самарина, А. И. Балабанов. - ИНЖЭКОН. — СПб., 2011. — 76 с.
42. Сулоева С.Б., Муханова Н.В. Контроллинг. – СПб.: СПбГПУ, 2013. – 421 с.
43. Теория организации. / Под ред. Алиева В.Г. – М., 2003. – 165с.
44. Теория экономического анализа / А.Д. Шеремет. – М.: Прогресс, 2009.
45. Управление организацией: Учебник / А.Г. Поршневу, З.П. Румянцеву, Н.А. Саломатину. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2013.
46. Холл Р.Х Организации: структуры, процессы, результаты. Под ред. И.В. Андреевой.- СПб. : Питер, 2001г. – 124 с.
47. Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: Курс в схемах. – Мю: Юристы, 2014. – 336 с.
48. Черненко А.Ф. Экономический анализ предприятия. – М.: КноРус, 2013 – с.61.
49. Шанк Д.А. Стратегическое управление затратами. – СПб.: Бизнес, 2013 – с.388.
50. The limit profitability of financial operations / Bronshtein E.M., Skotnikov D.A. Journal of Applied and Industrial Mathematics. 2007. Т. 1. № 2. С. 165-174.
51. The profitability indices of production / Zhukov A.V., Shchelkonogova V.N. Refractories and Industrial Ceramics. 1977. Т. 17. № 3-4. С. 148-151.
52. Customer profitability as critical as product profitability /-Howell R.A., Soucy S.R. Management Review. 1990. Т. 79. № 10. С. 43-47.
53. Balanced pricing model based on the analysis of the order profitability / Kozhushkin M.E. Наука та прогрес транспорту. 2009. № 28. С. 137-142.
54. Impact of working capital management on firm's profitability / Shahzad F., Fareed Z., Zulfiqar B. European researcher. Series A. 2015. № 2 (91). С. 86-93.

55. Analysis of the total profitability for a trade algorithm / Artemiev S.S., Yakunin M.A. Russian Journal of Numerical Analysis and Mathematical Modelling. 2008. T. 23. № 1. С. 1-19.

56. <http://kartel63.ru/> Официальный сайт ООО «Картель»

Приложение

Приложение А

Отчет о финансовых результатах за период 2013-2015г.г

Наименование показателя	За 2013г.	За 2014г	За 2015 г
Выручка	652876	785629	858121
Себестоимость продаж	458443	486230	498760
Валовая прибыль (убыток)	194433	299399	359361
Коммерческие расходы	121	132	135
Управленческие расходы	119104	147976	206827
Прибыль (убыток) от продаж	75208	151291	152399
Прибыль (убыток) до налогообложения	75208	151291	152399
Текущий налог на прибыль	12534	25215	25400
Чистая прибыль (убыток)	62674	126076	126999

Приложение Б

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2014 г.

Организация Картель по ОКПО
Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
Вид экономической деятельности _____ по ОКВЭД
Организационно-правовая форма/форма собственности Общество с ограниченной ответственностью по ОКОПФ/ОКФС

Коды		
0710001		
51.36		
384 (385)		

Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) по ОКЕИ
Местонахождение (адрес) Тольятти, ул. Базовая, 32

Наименование показателя	код	На 31 декабря 2013 г.	На 31 декабря 2014г.	На 31 декабря 2015г
АКТИВ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110			
Результаты исследований и разработок	1120			
Нематериальные поисковые активы	1130			
Материальные поисковые активы	1140			
Основные средства	1150	183456	227559	215204
Доходные вложения в материальные ценности	1160			
Финансовые вложения	1170	18376	10582	14377
Отложенные налоговые активы	1180			
Прочие внеоборотные активы	1190			
Итого по разделу I	1100	201832	238141	229581
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	8545	5181	5350
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	525		
Дебиторская задолженность	1230	10123	24437	77152
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	2000	4000	
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	2438	5819	3378
Прочие оборотные активы	1260	12	15	34
Итого по разделу II	1200	23643	39452	85914
БАЛАНС	1600	225475	277593	315495

Наименование показателя	код	На 31 декабря 2013г.	На 31 декабря 2014г	На 31 декабря 2015г.
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ^б				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	120000	120000	120000
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	58640	114193	111340
Итого по разделу III	1300	178640	234193	231340
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410			
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Оценочные обязательства	1430			
Прочие обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400			
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510			
Кредиторская задолженность	1520	46835	43400	84155
Доходы будущих периодов	1530			
Оценочные обязательства	1540			
Прочие обязательства	1550			
Итого по разделу V	1500	46835	43400	84155
БАЛАНС	1700	225475	277593	315495

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

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

Отпечатано в 1 экземпляре.

Библиография составляет 56 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру «20» июня 2016 г.

Дата « 20 » июня 2016 г.

Студент _____
(Подпись)

(Наиля Маратовна Саетова)
(Имя, отчество, фамилия)