

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тольяттинский государственный университет»
Институт финансов, экономики и управления
Кафедра Финансы и кредит
38.03.01. «Экономика»
Профиль «Финансы и кредит»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Анализ прибыли и рентабельности предприятия (на примере
ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»)»

Студентка Ю.Ф. Куклова _____
(инициалы, фамилия) (личная подпись)
Руководитель к.э.н., доцент К.Ю. Курилов _____
(ученая степень, звание, инициалы, фамилия) (личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.э.н., профессор Курилова А.А. _____
(инициалы, фамилия) (личная подпись)

« _____ » _____ 2016г.

Тольятти 2016г.

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тольяттинский государственный университет»
Институт финансов, экономики и управления
Кафедра Финансы и кредит

УТВЕРЖДАЮ

Зав. Кафедрой Финансы и кредит

_____ А.А.Курилова

« ____ » _____ 2016г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение бакалаврской работы

Студент: Куклова Ю.Ф.

1. Тема: «Анализ прибыли и рентабельность предприятия (на примере ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»)»
2. Срок сдачи студентом законченной работы: «9» июня 2016 г.
3. Исходные данные: научная, публицистическая литература, периодическая печать, нормативные акты, материалы ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»: бухгалтерская и финансовая отчетность, данные маркетинговых исследований.
4. Содержание пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов): Методико-теоретические аспекты анализа финансовой устойчивости; Анализ и оценка финансовой устойчивости ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»; Мероприятия, направленные на улучшение показателей платежеспособности и финансовой устойчивости ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».
5. Перечень графического и иллюстративного материала: таблицы- 24, рисунки – 14.
6. Дата выдачи задания: «3» февраля 2016г.

Руководитель бакалаврской работы _____
(личная подпись)

А.А.Курилова
(инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению _____
(личная подпись)

Ю.Ф. Куклова
(инициалы, фамилия)

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

Кафедра Финансы и кредит

УТВЕРЖДАЮ

Зав. Кафедрой Финансы и кредит

_____ А.А.Курилова

« ____ » _____ 2016г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

выполнения бакалаврской работы

Студента: Куклова Ю.Ф.

по теме: «Анализ прибыли и рентабельность предприятия (на примере ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»)»

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении и	Подпись руководителя
Согласование темы работы, утверждение плана с научным руководителем, получения задания	26.10.2015 – 01.11.2015	01.11.2015	Выполнено	
Глава 1 бакалаврской работы	15.02.2016 - 28.02.2016	28.02.2016	Выполнено	
Глава 2 бакалаврской работы	29.02.2016 – 20.03.2016	23.03.2016	Выполнено	
Глава 3 бакалаврской работы	21.03.2016 - 17.04.2016	17.04.2016	Выполнено	
Подготовка, оформление и сдача научному руководителю работы	18.04.2016 – 01.05.2016	01.05.2016	Выполнено	
Доклад, раздаточный материал	02.05.2016 – 22.05.2016	22.05.2016	Выполнено	
Отзыв на бакалаврскую работу	23.05.2016 - 05.06.2016	05.06.2016	Выполнено	

Руководитель бакалаврской работы _____
(личная подпись)

А.А.Курилова
(инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению _____
(личная подпись)

Ю.Ф. Куклова
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Актуальность темы бакалаврской работы определена тем, что в современных условиях, связанных с кризисом российской экономики, значительно возрастает количество факторов, негативно влияющих на прибыльность и рентабельность большинства российских предприятий и организаций.

Низкой рентабельности и плохим финансовым результатам способствует низкая эффективность деятельности большинства российских предприятий, которая связана, в том числе с введенными в отношении России санкциями США и Евросоюза.

Следовательно, разработка мероприятий по повышению прибыльности и рентабельности российских предприятий на примере ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» является востребованной и значимой для обеспечения их эффективной деятельности.

Исходя из этого, проблема повышения прибыльности и рентабельности российских предприятий является актуальной, ее решение имеет значение как для конкретной организации – ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» так и для других российских предприятий.

Цель бакалаврской работы – проведение анализа прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» и выявление путей повышения данных показателей.

Объектом данного исследования выступает ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».

Предметом исследования являются показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Практическая значимость работы заключается в том что, предложенные рекомендации могут быть использованы в целях улучшения прибыльности и рентабельности предприятия.

Бакалаврская работа состоит из 82 страницы текста, имеет 3 главы, 30 использованных источника.

В первой главе рассмотрены теоретические основы: дано понятие и прибыльности и рентабельности предприятия, определены факторы, влияющие на прибыльность и рентабельность.

Во второй главе проведён анализ и оценка прибыльности и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».

В третьей главе приводятся разработанные на основе проведенного анализа рекомендации, и дается оценка их экономической эффективности.

В заключении сделаны основные выводы и предложения по реализации результатов проведенного исследования.

Ключевые слова: прибыль, чистая прибыль, рентабельность, безубыточность.

Содержание

Введение.....	7
1. Теоретические основы анализа рентабельности предприятия	11
1.1. Экономическая сущность прибыли и рентабельности предприятия	11
1.2. Методика анализа прибыли и рентабельности	15
1.3. Информационная основа анализа прибыли и рентабельности предприятия.....	32
2. Анализ прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»	34
2.1. Техничко-экономическая характеристика ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».....	34
2.2. Анализ динамики показателей прибыли и рентабельности.....	46
2.3. Факторный анализ прибыли и рентабельности.....	50
3. Направления повышения прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».....	58
3.1. Рекомендации по прогнозированию прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».....	58
3.2. Расчет экономической эффективности мероприятия по повышению рентабельности компании	62
3.2. Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий.....	73
Заключение.....	76
Список использованной литературы.....	80
Приложения.....	83

Введение

Прибыль, известная с давних времён категория, получила новое содержание в условиях современного экономического развития страны. Формирование и распределение прибыли в процессе деятельности предприятия требует постоянного совершенствования руководителями и финансовыми менеджерами методов эффективного управления этими процессами. Несмотря на заметную стабилизацию макроэкономических процессов, на микроуровне, пока не достигнуты докризисные показатели производственной деятельности. На многих предприятиях при сложившемся состоянии цен на продукцию (работы, услуги) и потребляемые материально-технические ресурсы, монополизме ряда отраслей ухудшились показатели деятельности и стал остро ощущаться недостаток финансовых ресурсов для стабильного развития. Все это делает объективно необходимым поиск оптимальных пропорций функционирования финансового механизма предприятия, определения предельных и оптимальных границ формирования и распределения прибыли предприятий с учетом эффективности использования ограниченных природно-сырьевых, трудовых и финансовых ресурсов. Несмотря на небольшой период функционирования российской рыночной экономики, уже сейчас назрела необходимость вносить дополнительные изменения и корректировки в существующую практику механизма формирования и распределения прибыли хозяйствующих субъектов. В этом направлении предстоит еще много сделать финансовой науке, важной областью которой является теория формирования прибыли.

Прибыль занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных взаимоотношений рыночной экономики и представляет собой важнейший элемент экономического механизма управления общественным производством. С помощью этой стоимостной формы оценивается деятельность всех предприятий экономики. Прибыль является самым крупным источником финансирования расширенного воспроизводства, важным критерием его эффективности, основным источником формирования фондов экономического

стимулирования и одним из главных источников доходов государственного бюджета. Правильное понимание экономической природы прибыли является основой для улучшения механизма практического использования этой категории в современных российских условиях. Прибыль одна из наиболее сложных экономических категорий. В общем виде прибыль представляет собой превращенную форму прибавочной стоимости и выступает как денежное выражение стоимости прибавочного продукта и той части необходимого продукта, которая не включается в себестоимость и распределяется через общественные фонды потребления. Прибыль занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных инструментов рыночной экономики. Она обеспечивает экономическую устойчивость фирмы, гарантирует полноту ее финансовой независимости.

Изучение этой области экономической науки не исчерпало себя. Осталось множество не исследованных или спорных проблем, которые требуют своего решения. Необходимо дополнительное теоретическое исследование функций, форм и внутренней структуры прибыли, а также всего механизма распределения прибыли для более правильной ориентации в существующей ситуации на предприятии с целью правильного принятия управленческого решения, опираясь на знания, накопленные мировой наукой и практикой с учетом их разумного применения к специфике российских условий.

Ввиду того, что современная экономическая жизнь предприятий крайне сложна на такие важные показатели, как прибыль и рентабельность, влияет (прямо или косвенно) очень большое число различных факторов. Причем если влияние одних факторов буквально «лежит на поверхности» и видно даже неспециалистам, то влияние многих других не так очевидно и грамотно оценить их влияние можно только по результатам комплексного анализа.

Значимость экономического анализа таких важнейших показателей, как прибыль и рентабельность предприятия трудно переоценить, ведь именно прибыль есть конечный финансовый результат деятельности предприятия, служащий источником пополнения финансовых ресурсов предприятия.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что анализ прибыли и рентабельности позволяет определить основные пути стабильного роста эффективности предприятия, рациональное использование ресурсов, потенциальные возможности предприятия, а также выявить влияние внешних и внутренних факторов на размер прибыли, порядок ее распределения.

В научной литературе теоретико-методологические аспекты обеспечения прибыльности и рентабельности исследуются многими учеными-экономистами, в том числе: М. И. Бакановым, А. Д. Шереметом, Л. Т. Гиляровской, Л. В. Донцовой, Н. А. Никифоровой, О. В. Ефимовой, И. Г. Кукиной и др.

Вопросам обеспечения эффективной деятельности предприятия, посвящены исследования в области финансового менеджмента, где весомый вклад в развитие методов и инструментов управления финансовыми ресурсами предприятий внесли Балабанов И.Т., Бланк И.А., Е. Бригхэм, Дж. Ван Хорн, Б. Коласс, Поддерегин А.Н., Савчук В.П. и другие.

Цель бакалаврской работы – проведение анализа прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» и выявление путей повышения данных показателей.

В соответствии с поставленной целью предусматривается решение следующих задач:

изучить теоретические основы анализа прибыли и рентабельности организации;

провести анализ прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»;

разработать направления повышения прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «ХИМКО».

Предметом исследования являются показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

В качестве источников информации использованы нормативные правовые акты, труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных изучаемой проблеме, периодическая печать, годовые отчеты, учетно-отчетная документация ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».

Структура бакалаврской работы следующая - введение, три главы, заключение, список использованной литературы, приложения.

В первой главе рассмотрены теоретические основы: дано понятие и значение прибыли и рентабельности, определены факторы, влияющие на эффективность хозяйственной деятельности компании.

Во второй главе проведён анализ и оценка прибыльности и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».

В третьей главе приводятся разработанные на основе проведенного анализа рекомендации, и дается оценка их экономической эффективности.

В заключении сделаны основные выводы и предложения по реализации результатов проведенного исследования.

1. Теоретические основы анализа рентабельности предприятия

1.1. Экономическая сущность прибыли и рентабельности предприятия

Эффективность хозяйственной деятельности предприятия в условиях рыночной экономики оценивается ее финансовой результативностью. Конечным финансовым результатом деятельности предприятия, комплексно характеризующим эффективность его работы, является прибыль. Прибыль не только важнейший оценочный, но и качественный показатель. Прибыль выступает основным фактором стимулирования бизнеса. Прибыль создает финансовую основу для его расширения деятельности предприятия. Она служит характеристикой инвестиционной привлекательности компании и источником выплаты дивидендов собственникам. Налог на прибыль - это один из основных источников формирования бюджетов всех уровней [6, 230].

Сумма прибыли, получаемой предприятием, обусловлена объемом продаж продукции, ее качеством, ассортиментом, уровнем затрат и воздействием целого ряда внешних факторов, в той или иной степени присущих экономике любой страны.

Способность предприятия обеспечить неуклонный рост прибыли, а следовательно, собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. В общем виде эти показатели подразделяются на две основные группы: абсолютные и относительные [7, 218].

Абсолютные показатели прибыли – это валовая прибыль; прибыль или убыток от продаж и т.д.

Ко второй группе относятся разнообразные относительные показатели рентабельности.

Прибыль - это положительная разница между суммарными доходами, в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и затратами на производство или приобретение, хранение, транспортировку, сбыт этих товаров и услуг. Прибыль исчисляется в денежном выражении. Является важнейшим показателем

финансовых результатов хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства. Понятие «прибыль» многозначно и обычно различаются следующие ее виды [10, 235].

Во-первых, бухгалтерская прибыль - разница между принимаемой к учёту суммой доходов и допустимыми расходами. При одинаковых условиях бухгалтерская прибыль зависит от стандартов учёта. Например, международные стандарты финансовой отчетности, российские стандарты бухгалтерского учета.

Во-вторых, экономическая прибыль - более неформальный показатель - это остаток от общего дохода после вычета всех издержек, разница между бухгалтерской прибылью и дополнительными расходами. При этом дополнительными расходами считаются некомпенсированные собственные издержки предпринимателя, не учтённые в себестоимости, иногда даже «упущенная выгода», затраты на «стимулирование» чиновников в коррупционных условиях, дополнительные премии работникам и так далее.

Также ещё рассчитывают валовую прибыль и чистую прибыль - оставшуюся после уплаты из валовой прибыли налогов и отчислений.

Размер прибыли характеризует успешность ведения предпринимательской деятельности, получение прибыли обычно является главной целью и движущим мотивом всех видов предпринимательства.

Говоря о полученной предприятием прибыли, следует также отметить, что разных пользователей бухгалтерской отчетности интересуют различные ее качества.

Исходя из вышесказанного, анализ рентабельности деятельности предприятия включает в качестве обязательных элементов следующие.

Во-первых, оценку уровней и изменений по каждому показателю за анализируемый период с помощью горизонтального анализа.

Во-вторых, оценку структуры показателей прибыли и ее изменений в динамике с помощью вертикального анализа [8, 7].

В-третьих, изучение устойчивых динамических тенденций изменений показателей за ряд отчетных периодов. В-четвертых, выявление степени влияния различных факторов на величину полученной прибыли и других связанных с ней показателей.

Выделим основные задачи анализа финансовых результатов. Во-первых, оценка уровня и динамики абсолютных и относительных показателей финансовых результатов - прибыли и рентабельности. Во-вторых, изучение структуры прибыли по видам финансовых результатов. В-третьих, определение влияния различных факторов на сумму прибыли. В-четвертых, изучение распределения и использования прибыли предприятия. В-пятых, анализ относительных показателей прибыльности - рентабельности. В-шестых, определение возможных резервов увеличения прибыли и повышения рентабельности, а также обоснование путей их мобилизации [15, 145].

Необходимо отметить что прибыль является основной целью ведения бизнеса и его развития. Поэтому прибыль – это самый надежный источник развития организации, самофинансирования. Для оценки правильности распределения прибыли и эффективности ее использования необходимо проводить экономический анализ этих процессов.

Для целей этого анализа наиболее интересна та величина прибыли, которая остается в распоряжении организации и может быть использована по ее усмотрению на различные цели. Все возможные манипуляции с оставшейся в распоряжении предприятия прибылью, определяются положениями устава.

К задачам такого анализа относят изучение влияния распределения прибыли на эффективность производства и оценку целесообразности использования прибыли. На результатах такого анализа строится стратегия и тактика развития предприятия [16, 258].

Направления использования чистой прибыли могут быть обязательными и добровольными по решению учредителей. Обязательный характер, как правило, присутствует в акционерных обществах. Акционерные общества за счет чистой прибыли должны формировать резервный капитал, в который

ежегодно необходимо направлять не менее пяти процентов от чистой прибыли до момента достижения резервным капиталом размера, предусмотренного их уставом. В соответствии с действующим законодательством минимальный размер резервного капитала составляет пять процентов от уставного капитала. Другие предприятия тоже могут создавать резервный капитал, определяя его размеры самостоятельно.

По решению собственников чистая прибыль может быть направлена на выплату дивидендов, погашение убытков прошлых лет, увеличение уставного капитала. Направлениями расходования прибыли являются выплата премий и материальной помощи работникам, финансирование социальных программ и инвестиционных проектов, благотворительные цели. Распределение прибыли осуществляется на основании утвержденного решением собственников финансового плана предприятия и отражается в отчетности. На основании отчетности и пояснений к ней производится анализ фактического распределения прибыли. Данные публичной отчетности позволяют выявить отклонения и причины их возникновения. Данные публичной отчетности являются основой для оценки структуры отчислений [17, 240].

Отдельно следует сказать о процессе распределения прибыли в акционерных обществах. В акционерных обществах существует дивидендная политика, которая определяет в дополнение к уставным документам процесс распределения прибыли. Дивидендная политика включает такие вопросы как регулирование курса акций, размеры и темпы роста акционерного капитала организации, размер и целесообразность привлекаемых средств. Хотя процесс распределения прибыли это конечно центральный вопрос дивидендной политики.

Деятельность каждого предприятия индивидуальна, поэтому единых правил в формировании дивидендной политики не существует. Каждое предприятие в этом плане уникально. Но можно выделить два стратегических и одновременно противоположных направления дивидендной политики. Это политика капитализации и политика выплаты дивидендов [18, 450].

При этом каждое из этих направлений имеет как свои плюсы, так и минусы. Капитализация способствует росту и развитию предприятия без привлечения заемных средств. Но тотальная капитализация исключает вознаграждения собственников. Для них изначальные цели вложения своих средств не достижимы.

Распределение всей прибыли в виде выплаты дивидендов удовлетворяет собственников но не развивает предприятие. В этом случае не понятно, сколько сможет существовать предприятие без дополнительных вложений в развитие.

Поэтому дивидендная политика должна сочетать в себе интересы и собственников, и предприятия как хозяйствующего субъекта. Дивидендная политика должна также удовлетворять положениям стратегии развития организации, если такая стратегия есть. Для каждого предприятия в дивидендной политике будет сформирован баланс требований и ожиданий как собственников так и предприятия [11, 58].

Существует много сторонников политики капитализации с позиции риск-менеджмента. Использование собственных средств в качестве источника финансирования снижает финансовые риски, связанные с привлечением средств и выпуском акций. При этом сохраняется прежняя система контроля деятельности организации, поскольку число собственников не увеличивается.

1.2. Методика анализа прибыли и рентабельности

Показатели рентабельности характеризуют относительную доходность или прибыльность работы организации. Изучение показателей рентабельности позволяет дать сравнительную оценку работы предприятия как в целом, так и по отдельным направлениям деятельности: производственной, инвестиционной, финансовой.

Анализ рентабельности предприятия в целом и отдельных направлений его деятельности более полно, по сравнению с абсолютными финансовыми результатами деятельности компании, отражает конечные результаты хозяйственной деятельности. Прежде всего это вызвано тем, что рентабельность характеризует полученный эффект по отношению к наличным

или потребленным ресурсам. Сравнительный анализ показателей рентабельности является важнейшим ориентиром для потенциальных инвесторов для вложений их средств в наиболее эффективную сферу бизнеса. Изучение тенденций изменений показателей рентабельности в динамике дает возможность определять способности предприятия совершенствовать свою производственную деятельность, удерживать и укреплять позиции в данном секторе рынка. Разумеется, в ходе анализа необходимо выделять и влияние факторов, определивших изменения рентабельности [21, 75].

Поскольку показатели эффективности традиционно различаются в зависимости от вида бизнеса, то стоит говорить о разных видах рентабельности. Также стоит заметить, что при расчете разных видов рентабельности используются разные коэффициенты и, следовательно, формулы будут весьма отличаться.

В практике экономического анализа наиболее часто применяют три группы показателей рентабельности: рентабельность продукции или продаж; рентабельность предприятия или активов; рентабельность производства.

Рентабельность продукции или продаж может исчисляться для всей проданной продукции, произведенной товарной продукции или для отдельных изделий. Уровень рентабельности может быть определен как отношение прибыли от продаж продукции к выручке от продаж или к себестоимости этой продукции. В последнем случае получаемый показатель иногда называют рентабельностью производства. Сравнительный анализ рентабельности позволяет рационально изменять структуру ассортимента, определять наиболее привлекательные объекты для инвестирования [25, 84].

Рентабельность предприятия или активов имеет важное значение для общей оценки эффективности использования всех вложенных в бизнес средств. В наиболее общем виде рентабельность предприятия может быть рассчитана как отношение прибыли до налогообложения к средней стоимости всех активов предприятия. Для оценки эффективности работы организации в условиях реально действующей системы налогообложения в указанных расчетах вместо

прибыли до налогообложения следует использовать показатель чистой прибыли за вычетом налогов и других обязательных платежей.

Рентабельность предприятия или активов – это показатель, характеризующий доходность его деятельности, или, другими словами, показатель экономической эффективности.

Обычно, это показатель рассчитывается как отношение прибыли получаемой предприятием к величине его активов. Значение показателя может быть выражено или в виде коэффициента или в процентах.

$$R_{\pi} = \Pi / A \times 100 \% \quad (1)$$

где:

R_{π} – рентабельность предприятия;

Π – прибыль;

A – активы.

Рентабельность производства – экономический показатель, характеризующий целесообразность того или иного вида бизнеса. В данном случае мы говорим о соотношении между затратами производства и полученной в итоге чистой прибылью. Как уже упоминалось выше, рентабельным является производства с положительным балансом прибыли и затрат. К мерам увеличения рентабельности производства стоит отнести снижение себестоимости продукта и повышение качества производства.

$$R_{\text{пр}} = \Pi / Z \times 100 \% \quad (2)$$

где:

$R_{\text{пр}}$ – рентабельность производства;

Π – прибыль;

Z – затраты.

В формализованном виде показатель рентабельности предприятия может быть представлен как отношение прибыли предприятия на среднегодовую величину того показателя, рентабельность чего находят. Например, рентабельность активов находится как отношение чистой прибыли предприятия к среднегодовой величине активов предприятия. Информационной

базой для числителя является отчет о финансовых результатах, для знаменателя бухгалтерский баланс [19, 240].

Рентабельность основных производственных фондов аналогичный предыдущему показатель, оценивающий эффективность деятельности основных производственных фондов, а не активов. Соответственно формула имеет вид отношения чистой прибыли к стоимости основных производственных фондов.

$$P_{\text{опф}} = \Pi / C_{\text{опф}} \quad (3)$$

где:

$P_{\text{опф}}$ – рентабельность основных производственных фондов;

Π – прибыль;

C – стоимость основных производственных фондов.

Рентабельность собственного капитала параметр, показывающий, насколько эффективно используются собственные средства предприятия или кредитной организации. В данном случае она высчитывается как отношение между чистой прибылью и суммой уставного капитала. Разница в рентабельности активов и капитала показывает величину финансового рычага, то есть размер заемных средств, используемого при ведении бизнеса. Следует отметить, что коэффициент рентабельности собственного капитала признается одним из основных показателей при анализе деятельности предприятия в развитых странах.

$$P_{\text{рск}} = \Pi / \text{СК} \quad (5)$$

где:

$P_{\text{рск}}$ – рентабельность собственного капитала;

Π – прибыль;

СК – собственный капитал.

Рентабельность инвестиций – показатель, оценивающий, какая прибыль была получена от изначальных инвестиций, то есть это соотношение между получившейся прибылью и суммой первоначальных вложений. Рентабельность инвестиций, его уровень не являются основными показателями успешной

деятельности компании, поскольку не отражает ситуации с некоторыми оперативными потоками. Например, финансовыми вложениями заемного капитала. Этот показатель достаточно наглядно отражает эффективность главного оперативного оборота.

$$P_{и} = П / И \quad (6)$$

где:

$P_{и}$ – рентабельность собственного капитала;

$П$ – прибыль;

$И$ – объем инвестиций.

Расчет эффективности хозяйственной деятельности можно производить с учетом как единовременных, так текущих затрат. Различают рентабельность производства и продукции. Рентабельность производства рассчитывается как отношение балансовой прибыли к сумме среднегодовой стоимости основных фондов и среднегодовой стоимости оборотных средств.

Рентабельность продукции показывает, насколько эффективными были понесенные затраты. В данном случае вычисляется отношение между прибылью от реализации продукции к ее себестоимости. Данный показатель можно вычислять как в целом, для всей сбываемой продукции, так и для отдельных наименований товара [22,98].

Показатели рентабельности капитала являются наиболее важными при оценке деятельности предприятия. Для эффективной работы предприятия важно не только знать факторы, влияющие на рентабельность капитала, но и уметь управлять ими. Одним из наиболее распространенных приемов является модель Дюпона – факторная модель, реализованная на одноименном предприятии «Дюпон» в 1919 году.

Модель Дюпона позволяет определить, за счёт каких факторов происходило изменение рентабельности, т.е. произвести факторный анализ рентабельности. Под методом Дюпон понимают формулу Дюпона или уравнение Дюпон. Это алгоритм финансового анализа рентабельности собственного капитала компании, в соответствии с которым коэффициент

рентабельности собственного капитала представляет собой произведения нормы прибыли, финансового рычага и оборачиваемости активов.

Изначально рентабельность собственного капитала находится как отношение чистой прибыли на собственный капитал. Если числитель и знаменатель этой формулы одновременно умножить на выручку от продаж и стоимостную оценку совокупных активов. То первоначальную формулу можно разложить на три отдельных коэффициента: ресурсоотдачу, коэффициент финансовой зависимости, рентабельность активов. Изменение рентабельности собственного капитала зависит от изменения трех факторов. Управляя этими факторами можно влиять на эффективность работы предприятия, корректируя его в сторону роста производительности и финансовой устойчивости.

Значимость выбранных факторов с позиции текущего управления объясняется тем, что они обобщают все стороны финансово-хозяйственной деятельности предприятия, его статику и динамику [12, 314].

Этим факторам присуща отраслевая специфика, которую необходимо не только изучать аналитику, но и накапливать ежегодные данные о изучаемых значениях. То есть вести статистику данных. Например, показатель ресурсоотдачи может иметь небольшое значение в высокотехнологичных отраслях, отличающихся капиталоемкостью. А показатель рентабельности у таких предприятий будет высоким. И наоборот.

Высокое значение коэффициента финансовой зависимости могут позволить себе предприятия, имеющее стабильное и прогнозируемое поступление денежных средств. Это же относится к предприятиям имеющим большую долю ликвидных активов. Например, предприятия торговли, сбыта, банки. В зависимости от отраслевой специфики, а также конкретных финансово-хозяйственных условий, сложившихся в определенный момент времени, оно может делать ставку на тот или иной фактор повышения рентабельности собственного капитала.

Анализируя рентабельность собственного капитала в пространственно-временном аспекте, необходимо принимать во внимание три ключевых

особенности этого показателя, существенные для формулирования обоснованных выводов. Первая связана с временным аспектом деятельности коммерческой организации. Коэффициент рентабельности продаж определяется результативностью работы отчетного периода: вероятный и планируемый эффект долгосрочных инвестиций он не отражает. Когда предприятие переходит на новые производственные мощности или технологии, начинает выпускать новые виды продукции, показатели рентабельности временно снижаются. Однако если стратегия развития предприятия была выбрана верно, то понесенные затраты окупятся. В этом случае снижение рентабельности нельзя рассматривать как однозначно отрицательную характеристику [13, 160].

Второй фактор связан с финансовым риском предприятия – коэффициент финансовой зависимости. Чем выше значение этого коэффициента, тем более рискованым является бизнес с позиции акционеров и инвесторов.

Информационной базой для расчета показателей в модели Дюпона является: бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах. Баланс предоставляет данные о совокупных активах, величине собственного капитала и заемного капитала. Отчет о финансовых результатах предоставляет информацию о размерах прибыли и выручки.

В ходе анализа полезно сопоставлять рентабельность собственного капитала с рентабельностью заемного капитала. Целесообразно также оценивать влияние изменений рентабельности собственного и заемного капитала на общую динамику рентабельности всего капитала предприятия. Далее сравнивать полученные показатели рентабельности с темпами инфляции, действующими ставками процента по депозитным вкладам в банках, со ставками процента за банковский кредит.

При анализе рентабельности предприятия важным моментом является оценка безубыточного объема производства и оценка воздействия показателей

экономических рычагов. Рассмотрим методологию определения безубыточного объема производства.

Любое предприятие при функционировании нуждается в информации определяющей начало отсчета зоны прибыли и наоборот зоны убытков. Такие данные предоставляет показатель «критическая точка производства» или «точка безубыточности» или «порог рентабельности». Этот показатель также является важной характеристикой эффективности деятельности организации.

Точка безубыточности представляет собой минимальный объем производства и продаж, который необходим для безубыточного функционирования. Но в этой точке нет и прибыли. Она так и называется «точка безубыточности» потому что в ней нет ни прибыли ни убытка. Но объем производства и реализации обеспечивает покрытие всех затрат предприятия.

В основе определения точки безубыточности лежит взаимосвязь «затраты-объем-прибыль». Затраты или себестоимость производства, объем производства и продаж, прибыль от продаж находятся в зависимости. Прибыль предприятия определяется как разность объема продаж и суммы затрат предприятия. При этом затраты предприятия по своему характеру разделяют на постоянные и переменные. Эта классификация затрат по отношению к объему производства. Переменные затраты на прямую зависят от изменения объема производства и реализации. То есть увеличение объема производства и реализации вызывает увеличение переменных затрат с той же силой. И наоборот уменьшение объема производства и реализации вызывает уменьшение переменных затрат. Постоянные затраты не зависят от изменения объема производства и реализации.

Существует также подход, при котором затраты делятся на условно-постоянные и переменные. Условно-постоянные затраты не зависят или мало зависят от изменений объема производства и остаются неизменными в рамках отчетного периода.

Оценка точки безубыточности происходит в рамках определенного диапазона объемов производства и реализации. При этом планирование

себестоимости предполагает оценку и прогнозирование переменных затрат. А при оценке постоянных затрат должна учитываться такая категория как маржинальный доход.

Маржинальный доход – это разницу между выручкой от продаж и переменными затратами. Или исходя из зависимости «затраты-объем-прибыль», маржинальный доход – это сумма прибыли от продаж и постоянных затрат. Его величина определяет «возможности» изменения постоянных затрат.

В практике экономического анализа применяются два способа определения точки критического объема производства: графический и математический [14, 156].

Графический метод заключается в графическом построении прямых постоянных, переменных и совокупных затрат на основе известных данных. Точка пересечения прямых совокупных затрат и переменных затрат будет являться критической точкой.

Математический метод определения критической точки основывается на общем уравнении критической точки. Для этого выручку от продаж надо представить в виде произведения количества продукции и ее цены; переменные затраты через удельные переменные и количество продукции; постоянные затраты рассмотреть в целом на весь объем продукции.

Анализ критической точки позволяет найти три основных показателя для оценки поведения предприятия: критический объем продаж, критическая цена продажи, критический уровень постоянных затрат.

Критический объем продукции находится как отношение постоянных затрат к разности между ценой единицы продукции и удельными переменными затратами. Или как отношение постоянных затрат к удельному маржинальному доходу. Слово «удельный» означает на одну единицу.

Критическая цена продукции находится как сумма постоянных затрат на одну единицу и переменных затрат на одну единицу. Что в свою очередь равняется себестоимости одной единицы продукции.

Оптимальный уровень постоянных расходов или критический уровень постоянных расходов определяется как произведение количества продукции на разность между ценой и переменными затратами на одну единицу продукции. Или как произведение количества продукции на маржинальный доход на одну единицу.

Анализ «затраты – объем – прибыль» может давать точные результаты при следующих условиях. Во-первых, существуют неизменные цены реализации с одной стороны и цены на потребляемые ресурсы с другой стороны. Во-вторых, затраты предприятия строго делятся на постоянные и переменные. В-третьих, объем продаж равен объему производства, то есть нет остатков готовой продукции либо они незначительные. В-четвертых, поступающая выручка пропорциональна объему реализации. В-пятых, ассортимент изделий постоянный, в том числе и при выпуске нескольких изделий.

Для оценки финансовой устойчивости и конкурентоспособности предприятия на рынке рассчитывают запас финансовой прочности или ЗФП. Экономический смысл показателя заключается в том, что он характеризует диапазон отделяющий реальный или фактический объем продукции от критического. Запас финансовой прочности может быть рассчитан как в абсолютных показателях – денежных и натуральных, так и в процентах.

Чем выше критический объем, тем ниже запас финансовой прочности. Высокий критический объем характерен для организаций, в общей сумме издержек которых наибольший удельный вес занимают постоянные расходы. Такие предприятия наиболее подвержены рискам. Запас финансовой прочности показывает величину, на которую может быть снижен фактический объем продукции, прежде чем попасть в зону убытков.

Анализ критической точки объема продаж позволяет оценить степень влияния изменений объема продаж и себестоимости продукции на величину получаемой предприятием прибыли. Эта взаимосвязь характеризуется категорией операционного или производственного лeverиджа. Операционный

леверидж характеризует потенциальную возможность предприятия влиять на изменение прибыли путем изменения структуры и величины затрат или себестоимости и объема реализованной продукции. В практике экономического анализа величина операционного левериджа определяется как соотношение постоянных и переменных затрат в составе полной себестоимости реализуемой продукции [23, 140].

Также в анализе используется модель расчета эффекта операционного рычага основанная на механизме влияния постоянных расходов на финансовые результаты предприятия. Эффект операционного рычага находится как процентное отношение изменения прибыли к изменению выручки. Эффект операционного рычага измеряется коэффициентом, который рассчитывается как отношение темпов прироста прибыли к темпам прироста выручки. Это обусловлено тем, что постоянные расходы носят обязательный характер, то есть должны покрываться в независимости от получения текущих доходов.

Высокий эффект операционного рычага имеет предприятие, в структуре себестоимости которого наибольший удельный вес занимают постоянные расходы. У таких предприятий после достижения критического объема продукции даже незначительное приращение продукции вызывает значительное приращение прибыли. Эффект производственного рычага или действие операционного рычага оказывает непосредственное влияние на деятельность предприятия. Предприятие, имеющее высокий производственный рычаг, несет повышенный риск в условиях ухудшения конъюнктуры рынка, то есть при незначительном изменении объема продаж будет более быстро уменьшаться прибыль, что в скором времени может принести убытки.

Для расчета коэффициента операционного рычага надо использовать прибыль до уплаты процентов и налогов. Рост операционного рычага характерен для предприятий занимающихся посреднической деятельностью. Такая динамика обусловлена повышением уровня технической оснащенности производственных предприятий. Это связано с увеличением уровня расходов на содержание и управление. Например, расходы на освещение, отопление,

заработную плату управленческого персонала новых объектов. А это в свою очередь приводит к уменьшению затрат ручного труда и уменьшению доли переменных затрат.

Известны три основных подхода для расчета производственного рычага.

Согласно первому подходу производственный рычаг находится как отношение условно-постоянных затрат к величине общих затрат. По второму подходу операционный рычаг равен отношению чистой прибыли к материальным условно-постоянным затратам производственного характера. Третий подход определяют производственный рычаг как отношение темпа изменения прибыли до вычета налогов и процентов к темпу изменения объема реализации в натуральных единицах. Эти показатели используются для динамических оценок и контроля уровня производственного риска.

Также по данным бухгалтерской финансовой отчетности можно оценить финансовый риск предприятия рассчитав финансовый рычаг или финансовый леверидж.

Под финансовым рычагом понимают характеристику финансовых условно-постоянных затрат в общей сумме затрат финансового характера. Эту характеристику принимают за основной фактор колеблемости финансового результата предприятия. Финансовый рычаг является стратегической характеристикой экономического потенциала предприятия. Варьирование уровнем этого показателя означает большее или меньшее замещение собственных средств сторонними источниками [23, 98].

Сущность финансового рычага заключается в том, что он характеризует финансовый риск предприятия, который с ростом постоянных затрат финансового характера увеличивает значение финансового рычага и соответственно финансового риска предприятия. И наоборот, уменьшение финансового рычага уменьшает финансовый риск предприятия. Большой финансовый рычаг свидетельствует о большой зависимости предприятия от внешних источников. Таким образом, привлечение в деятельность предприятия финансирования всегда ведет к увеличению финансового рычага. Увеличению

финансового риска, так как проценты за использование заемными средствами является постоянными затратами и не зависят от объема продаж. Реализовали или не реализовали продукцию в отчетном периоде проценты будем платить все равно в определенное время в определенном размере.

Таким образом, для предприятия с высоким уровнем финансового рычага даже не значительное изменение в продажах и выручке приведет к значительному изменению чистой прибыли – это и есть сила рычага или плечо рычага.

Существует два основных подхода к оценке финансового рычага. Согласно первому подходу под финансовым рычагом понимают коэффициент финансовой активности, который находится как отношение заемного капитала к собственному капиталу. Нормативное значение этого коэффициента меньше единицы. Это означает, что собственного капитала на предприятии должно быть больше чем заемного. Первый показатель используется для характеристики предприятия в целом.

Согласно второму подходу под финансовым рычагом понимают отношение темпа изменения чистой прибыли к темпу изменения прибыли до вычета процентов и налогов. Этот показатель используется в динамическом анализе, а также для количественной оценки последствий при развитии финансово-хозяйственной ситуации в условиях выбранной структуры капитала. Нормативным ограничением в этом случае является значение финансового рычага меньше или равно одна целая три десятых.

При прочих равных условиях рост и первого и второго показателя для предприятия является негативной тенденцией.

Понятие «леверидж» происходит от английского «действие рычага», и означает соотношение одной величины к другой, при небольшом изменении которого сильно меняются связанные с ним показатели.

Согласно этой методике финансовый рычаг находится как произведение трех составляющих.

Первая составляющая – это разница единицы и усредненной ставки налога на прибыль. Эта составляющая не зависит от деятельности предприятия и она учитывает налоговый риск. Налоговый корректор снижает результативность воздействия финансового рычага на доходность собственного капитала. Этот показатель отражает влияние налогового риска на финансовые потери. Эти потери могут быть вызваны введением новых видов налогов, увеличением налоговых ставок, отменой налоговых льгот [9, 68].

В этих условиях, используют принцип минимизации налогового риска, воздействуя на структуру производства можно снизить среднюю ставку налогообложения прибыли и тем самым повысить воздействие налогового корректора на финансовый рычаг.

Вторая составляющая произведения – это разница между рентабельностью совокупных активов и средней заемной ставкой по привлеченному капиталу, которая включает все финансовые издержки, в том числе расходы на страхование и страховые проценты, отнесенные к сумме заемных средств. Этот фактор называется дифференциал финансового рычага. Дифференциал представляет собой основной элемент, формирующий положительный эффект действия финансового рычага.

Показатель финансового рычага, как и иные коэффициенты, характеризующие деятельность организации требует постоянного мониторинга.

Основу финансового рычага составляют постоянные затраты финансового характера. На структуру составляющих финансового рычага влияют и внешний и внутренние факторы. При большой динамике изменения различных факторов на структуру затрат, динамика финансового рычага тоже будет достаточно быстрой и подвижной.

Рассмотрим некоторые факторы, влияющие на изменение финансового рычага. Например, конъюнктура финансового рынка. Ухудшение конъюнктуры финансового рынка для предприятий может означать резкое возрастание стоимости заемных средств. Что приводит к увеличению заемного «бремени» предприятия. Увеличение доли заемного капитала в общей структуре капитала

означает снижение финансовой устойчивости и появлению риска финансовой несостоятельности. Кредиторы, работая с предприятием финансово неустойчивым, поднимают дополнительно ставки за выданные кредиты и займы, тем самым страхуя свой риск.

Возможна ситуация, когда дифференциал финансового рычага может быть сведен к нулю и даже иметь отрицательную величину. Нулевое значение дифференциала означает, что использование заемного капитала не дает прироста рентабельности собственного капитала. Отрицательное значение дифференциала означает снижение рентабельности собственного капитала. Это происходит из-за того, что чистая прибыль, генерируемая собственным капиталом, уходит на покрытие привлеченных средств.

Также следствием ухудшения конъюнктуры товарного рынка является сокращение объемов продаж. Что ведет к сокращению показателей прибыли. В этих условиях отрицательная величина дифференциала финансового левериджа может формироваться даже при неизменных ставках процента за кредит за счет снижения коэффициента валовой рентабельности активов.

В свете вышесказанного можно сделать вывод о том, что формирование отрицательного значения дифференциала финансового левериджа по любой из вышеперечисленных причин всегда приводит к снижению коэффициента рентабельности собственного капитала. В этом случае использование предприятием заемного капитала дает отрицательный эффект.

Третья составляющая формулы это коэффициент финансового рычага. Он характеризует сумму заемного капитала на одну единицу собственного. Плечо финансового рычага выполняет роль мультипликатора. В зависимости от величины дифференциала прирост соотношения долга и собственного капитала вызывает большую динамику эффекта рычага в целом: положительную или отрицательную. Между финансовым рычагом и плечом существует следующая связь. Чем больше дифференциал, тем меньше риск кредитора. Таким образом, у предприятия всегда должен оставаться резерв заемного финансирования,

чтобы в случае необходимости покрыть недостаток наличности кредитом без превращения финансового рычага в отрицательную величину.

В западной практике для поддержания стабильного финансового состояния принято, что заемный капитал не превышает сорока процентов от общей величины источников предприятия. Этому должно соответствовать значение плеча финансового рычага ноль целых шестьдесят семь сотых.

Эффект общего рычага является своего рода показателем, характеризующим чувствительность компании к изменению объемов продаж. При этом, чем выше его значение, тем быстрее будет изменяться такой показатель как прибыль на акцию.

Знание точного значения эффекта финансового рычага важно не только для менеджеров компании, но и для ее акционеров, кредиторов и потенциальных инвесторов. Каждой из этих групп данная информация необходима, чтобы оценить перспективы бизнеса в случае различных вариантов развития событий. Для инвесторов и кредиторов это важно с той точки зрения, поскольку им необходимо удостовериться, смогут ли они вернуть вложенные средства и получить доход от своих вложений. Для менеджеров компании важно учесть пессимистичный сценарий развития событий, чтобы разработать мероприятия для смягчения негативных последствий. Акционерам важно знать эффект общего рычага, чтобы иметь возможность оценить размер чистой прибыли компании, от которого будет зависеть размер дивидендов.

Эффект общего рычага является результатом совокупного влияния операционного и финансового рычага компании, рассчитанных по американской модели. Он возникает в результате того, что часть расходов у любой компании носит постоянный характер. При этом эффект операционного рычага отражает воздействие постоянных операционных затрат, а эффект финансового рычага отражает влияние постоянных финансовых затрат. Примером постоянных операционных затрат являются арендные платежи, зарплата управленческого персонала, амортизация. К постоянным финансовым затратам относятся проценты по долговым обязательствам компании. Если

компания не имеет долговых обязательств, то эффект общего рычага будет равен эффекту операционного рычага.

Если финансовый рычаг налагается на операционный, то последствия суммарного риска возрастают. То есть изменения операционной прибыли окажут еще большее воздействие на чистую прибыль. Эффект общего рычага показывает насколько процентов изменится прибыль на акцию при изменении выручки на один процент.

Общий рычаг позволяет оценить влияние изменения коммерческих условий производства таких как спрос и цена на чистую прибыль и доходность владельцев собственного капитала при выборе различной структуры капитала.

С помощью показателя общего рычага можно установить оптимальное соотношение или сочетание операционного и финансового рычага. При этом аналитику необходимо выбирать один из трех вариантов для снижения суммарного общего риска.

Первый вариант - высокий уровень финансового рычага в сочетании со слабой силой воздействия операционного рычага.

Второй вариант – низкий уровень эффекта финансового рычага в сочетании с сильным операционным рычагом.

Третий вариант – умеренные уровни эффекта и силы двух рычагов.

Рекомендуемый уровень степени общего рычага определяется как произведение допустимых значений показателей операционного и финансового леввериджа. При этом операционный левверидж имеет норматив четыре целых три десятых, а финансовый – одна целая три десятых. Соответственно рекомендуемым или нормативным значением сопряженного рычага является пять целых шесть десятых.

Показатели производственного, финансового и сопряженного рычагов рекомендуют использовать не только при оценке финансово-хозяйственной деятельности и системы рисков ей сопутствующих, но и при планировании предпринимательской деятельности.

1.3. Информационная основа анализа прибыли и рентабельности предприятия

Основным источником информации при анализе прибыльности деятельности предприятия является отчет о финансовых результатах. Дополнительно может быть привлечена информация, содержащаяся в бухгалтерском балансе, отчете об изменениях капитала, в регистрах бухгалтерского учета, формах статистической отчетности, бизнес-план и результатах маркетинговых исследований.

Бухгалтерский баланс, отражает нераспределённую прибыль или непокрытый убыток отчётного и прошлого периодов в третьем разделе пассива баланса.

Отчёт о финансовых результатах составляется за год и по внутригодовым периодам. Он является главным источником информации о формировании и использовании прибыли. В нём показаны статьи, формирующие финансовый результат от всех видов деятельности. В этой форме отчётности приводятся: выручка нетто от продажи товаров без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей, исключаемых из выручки, покупная стоимость или себестоимость товаров, издержки обращения. В следующем разделе отчёта о финансовых результатах отражают прочие доходы и расходы, а также сумму налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей. В итоге отчёта о финансовых результатах также формируется чистая прибыль предприятия.

Кроме этого в отчёте расшифровываются отдельные прибыли и убытки по приводимым статьям. Для годовой формы отчёта о финансовых результатах предусмотрена справка с отражением сумм дивидендов на одну акцию в текущем и в следующем отчётном годах.

Годовой отчёт об изменениях капитала отражает состояние и изменение резервного фонда, информацию о нераспределённой прибыли прошлых лет по

составу, о фонде социальной сферы, целевых финансировании и поступлениях; резервах предстоящих расходов, оценочных резервах. В справке четыре отражены различные источники увеличения капитала по отдельным статьям.

В отчёте о движении денежных средств содержатся данные о поступлениях денежных средств из различных источников, а также информация о расходовании денежных средств.

Приложение к годовому бухгалтерскому балансу содержит информацию о размере амортизации внеоборотных активов по каждому из их видов на начало и конец отчётного года и результат по индексации в связи с переоценкой этих активов. Так же в приложении к годовому бухгалтерскому балансу приводятся произведённые организацией расходы по элементам затрат и отчисления во внебюджетные фонды по каждому из направлений.

При сопоставлении финансовых результатов за несколько смежных периодов следует учитывать возможные изменения методологии бухгалтерского учета, составления отчетности и принятой на предприятии учетной политики.

2. Анализ прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

2.1. Технико-экономическая характеристика ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

Общество с ограниченной ответственностью «ХИМКО», создано в соответствии с Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», Гражданским кодексом РФ 2.12.2002 г.

Основной целью деятельности Общества является предоставление услуг населению и извлечение прибыли.

Основной вид деятельности Общества - бытовое обслуживание.

Приоритетные направления деятельности бытовое обслуживание - оказание населению, промышленным и торговым предприятиям комплекса бытовых услуг по стирке, химической чистке и окрашиванию текстильных и меховых изделий.

Производственная структура предприятия представлена на рисунке 2.1. Производственная структура предприятия состоит из основного производства, включающего химчистку, вспомогательного производства (ремонтное хозяйство) и обслуживающего хозяйства, образованного транспортной службой и складами.

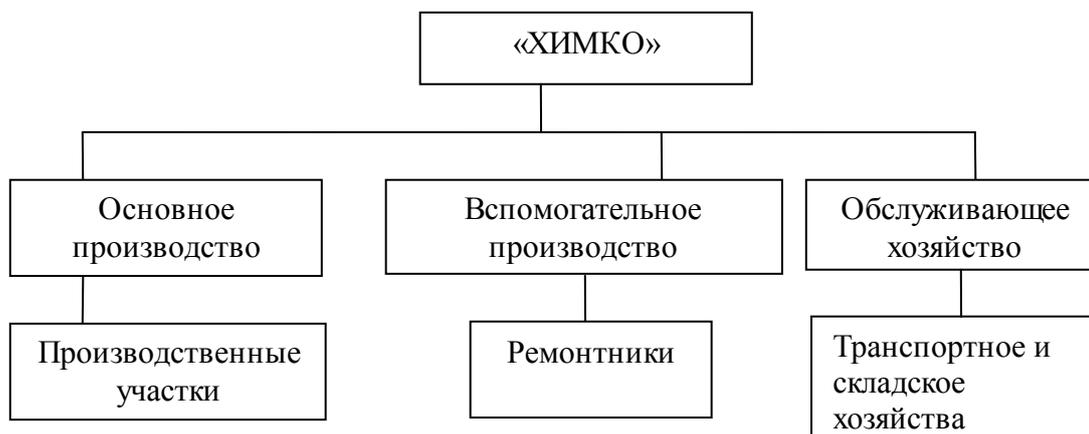


Рисунок 2.1 - Производственная структура ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

Производственная структура предприятия состоит из основного производства, включающего химчистку, вспомогательного производства (ремонтное хозяйство) и обслуживающего хозяйства, образованного транспортной службой и складами.

Производственная структура предприятия представлена на рисунке 2.2.

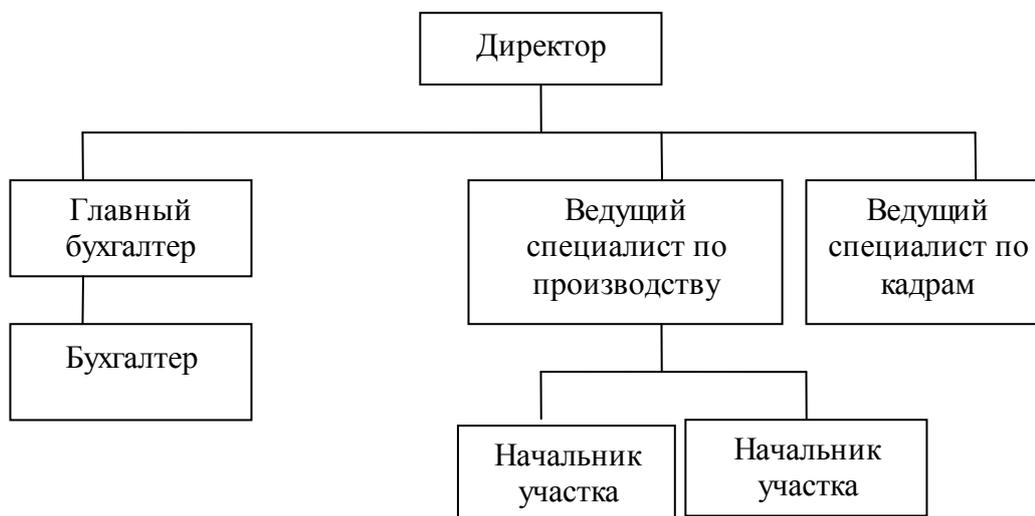


Рисунок 2.2 - Производственная структура ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

Производственная структура предприятия построена по линейно-функциональному признаку. Руководит предприятием директор, в подчинении которого находится заместитель. На предприятии образованы следующие руководящие должности:

- 1) главный бухгалтер – отвечает за ведение бухгалтерского и налогового учета и отчетности;
- 2) ведущий специалист по производству – осуществляет общее руководство производственными процессами в химчистке;
- 3) ведущий специалист по кадрам – руководит управлением кадров на предприятии, в том числе набором и отбором персонала, повышением квалификации, разработкой систем мотивации и развития персонала.

Преимущества и недостатки системы управления организацией представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Преимущества и недостатки линейно-функциональной структуры управления ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

Преимущества (достоинства)	Недостатки
Единство распорядительства. Простота и четкость подчинения. Полная ответственность руководителя за результаты деятельности подчиненных ему подразделений. Оперативность в принятии решений. Согласованность действий исполнителей. Получение нижестоящими звеньями согласованных распоряжений и заданий	Большая информационная перегрузка руководителя. Высокие требования к руководителю, который должен иметь разностороннюю квалификацию. Структура не позволяет решать задачи, обусловленные меняющимися условиями функционирования организации. Дублирование функций управление

В целях анализа основных тенденций развития ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» необходимо, в первую очередь, представить основные показатели деятельности предприятия за 2013-2015 гг. (таблица 2.2) и провести анализ его финансово-хозяйственной деятельности, оценив, таким образом, настоящее положение и перспективы развития предприятия.

Таблица 2.2 – Основные показатели деятельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» в 2013-2015 гг

ПОКАЗАТЕЛИ	Ед. изм.	Абсолютное значение			Абсолютное изменение (+, -)		Темп прироста, %	
		2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015г./2013г.	2015г./2013г.	2015г./2013г.	2015г./2013г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Объем реализации услуг	тыс. руб.	17880	13384	16467	-1413	3083	-7,9	23,03
Полная себестоимость услуг	тыс. руб.	15957	12148	16193	236	4045	1,48	33,30
Прибыль от реализации услуг	тыс. руб.	432	337	274	-158	-63	-36,57	-18,69
Чистая прибыль	тыс. руб.	342	265	260	-82	-5	-23,98	-1,89
Количество работающих, в том числе рабочих	чел.	24	20	20	-4	-	11,67	-
	чел.	21	17	17	-4	-	19,05	-
Среднегодовая стоимость основных фондов	тыс. руб.	1780	1820	1845	65	25	3,65	1,37
Годовой остаток оборотных средств	тыс. руб.	1120	922	1022	-98	100	-8,75	10,85
Среднегодовая выработка - одного работающего - одного рабочего	тыс. руб.	745	669	823	78	154	-10,47	-23,02
	тыс. руб.	851	787	969	118	182	-13,87	-23,13

Продолжение таблицы 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Издержки в расчете на 1 руб. реализованной продукции	руб.	0,89	0,91	0,98	0,09	0,07	10,11	7,69
Прибыль от реализации на рубль выручки от реализации услуг	руб.	0,024	0,025	0,017	-0,007	-0,008	-29,17	-32,00
Чистая прибыль на 1 рубль выручки от реализации услуг	руб.	0,019	0,078	0,016	-0,003	-0,062	-15,79	-79,49
Рентабельность продаж общая	%	2,42	2,52	1,66	-0,76	-0,86	-	-
		2,10	2,60	1,60	-0,50	-1,00	-	-
Фондоотдача	руб.	10,05	7,35	8,25	-1,12	0,90	-11,19	12,25
Фондоёмкость	руб.	0,099	0,136	0,121	0,022	-0,015	22,44	-11,03
Фондовооруженность	тыс. руб.	74,17	91,00	92,25	18,08	1,25	24,38	1,37
Фондорентабельность	%	20,62	18,79	14,09	-6,53	-4,70	-	-
Коэффициент оборачиваемости	обороты	16	15	16	-	1	-	6,67
Коэффициент загрузки		0,063	0,067	0,063	-	-0,004	-	-5,97
Длительность оборота оборотных средств	дни	23	24	23	-	-1	-	-4,17

По данным таблицы 2.2 видно, что в 2014 г. отмечается снижение выручки от оказания услуг на 25,15 % по сравнению с 2013 г. В 2015 г. ситуация изменилась в лучшую сторону (прирост выручки на 23,03 % по сравнению с 2014 г.), однако достигнуть уровня 2013 г. предприятию не удалось. Кроме того, отметим, что себестоимость услуг в 2015 г. росла большими темпами, чем выручка от продаж. Прибыль от реализации услуг в 2015 г. существенно ниже показателей 2013 г. (на 36,57 %) и 2014 г. (на 18,69 %). Это объясняется, прежде всего, снижением объема реализации в 2015 г. к 2013 г., а также превышением темпа роста полной себестоимости над темпом роста объема реализации за 2015 г. к 2013 г.

Чистая прибыль предприятия в 2015 г. составила 260 тыс.руб., что на 23,98 % ниже, чем в 2013 г., а показателя 2014 г. – на 1,89 %.

В 2014 г. произошло сокращение численности рабочих: на 4 человека (на 11,70 %) по сравнению с показателем 2013 г. В 2015 г. изменения численности работников не происходило.

Среднегодовая стоимость основных фондов предприятия увеличивалась на протяжении всего исследуемого периода. На конец 2015 г. она составила 1 845 тыс.руб., что на 3,65 % выше показателя 2013 г. и на 1,37 % - показателя 2014 г.

Сокращение объема оказанных услуг в 2014 г. сопровождалось снижением остатка оборотных средств: в 2014 г. они на 17,68 % ниже, чем в 2013 г. В 2015 г. данный показатель увеличился на 10,85 %.

Среднегодовая выработка на одного работающего составила в 2015 г. 823 тыс. руб., что на 10,47 % выше показателя 2013 г. и на 23,02 % выше показателя 2014 г. Таким образом, можно сделать вывод, что прирост объема реализации услуг в 2015 г. предприятие полностью достигло за счет увеличения производительности труда. Это свидетельствует об интенсивном направлении развития предприятия.

Показатель затрат на 1 руб. реализации услуг в 2015 г. составил 0,98 руб., что выше аналогичных показателей 2013-2014 гг. Это объясняется превышением в 2015 г. темпа прироста полной себестоимости услуг темпов роста объема реализации услуг.

Негативным в деятельности предприятия является снижение прибыли от реализации на 1 рубль реализованных услуг. Данный показатель в 2015 г. составил лишь 0,017 руб., что на 29,17 % ниже показателя 2013 г. и на 32,00 % ниже, чем в 2014 г. По показателю чистой прибыли на рубль реализации услуг прослеживается аналогичная динамика.

Рентабельность продаж в 2015 г. составила 1,66%, что на 0,76 % ниже показателя 2013 г. и на 0,86 % ниже показателя 2014 г. Показатель общей рентабельности в расчете по чистой прибыли в 2015 г. также ниже, чем в два предыдущих года.

Эффективность использования основных средств в 2015 г. несколько выше, чем в 2014 г., однако, показатель фондоотдачи отстает от уровня 2013 г. Кроме того, отметим положительный факт роста фондовооруженности. В то же время снижение чистой прибыли при одновременном увеличении стоимости основных средств повлекло существенное снижение показателя фондоотдачи в 2015 г.

Эффективность использования оборотных средств в течение рассматриваемого периода практически не менялась, о чем свидетельствует стабильность показателей оборачиваемости, загрузки и продолжительности оборота.

Таким образом, исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что в целом за анализируемый период предприятие функционировало достаточно стабильно. Но негативные тенденции, которые наметились в 2014 г., когда произошло снижение темпов прироста всех основных технико-экономических показателей по сравнению с 2013 г. и продолжились в 2015 году, могут привести в дальнейшем к снижению эффективности деятельности предприятия, в том случае, если их заблаговременно не предотвратить.

В таблице 2.3 представлена динамика объема реализации услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг.

Таблица 2.3 - Динамика объема реализации услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг

Годы	Объем реализованных услуг, тыс.руб.	Абсолютное изменение объема реализации услуг, тыс. руб.		Темп роста объема реализации услуг, %		Темп прироста объема реализации услуг, %	
		пред. год	базис. год	пред. год	базис. год	пред. год	базис. год
2013 (базис)	17880	—	—	—	—	—	—
2014	13384	-4496	-4496	74,85	74,85	-25,15	-25,15
2015	16467	3083	-1413	123,03	92,10	23,03	-7,90

Исходя из данных таблицы 2.3, видно, что в 2014 г. произошло существенное снижение объема реализации услуг – на 25,15%. В 2015 г. предприятие увеличило объемы реализации услуг, превысив показатель 2014 г. на 23,03%. Однако объемы реализации 2013 г. предприятию достигнуть не удалось (объем реализации в 2015 г. ниже показателя 2013 г. на 7,90%). Таким образом, в 2015 г. предприятию удалось улучшить ситуацию 2014 г. В целом же спрос на работу и услуги ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» в 2015 г. не достиг уровня 2013 г., что с неблагоприятной стороны характеризует деятельность предприятия.

Рассчитаем среднегодовой темп роста выпуска и реализации услуг по среднегеометрической взвешенной:

$$T_{вп}_{cp} = \sqrt[n-1]{T_1 * T_2 * T_3} \quad (2.1)$$

где T_1 , T_2 , T_3 – среднегодовые темпы роста выпуска и реализации услуг за исследуемые годы.

Среднегодовой темп роста объема оказания услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»:

$$T_{вп}_{cp} = \sqrt[n-1]{1,0 * 1,4719 * 0,9856} = 1,2045, \text{ или } 120,45\%.$$

Следовательно, среднегодовой прирост объема оказанных услуг за 2013–2015 гг. составил 20,45 %.

Среднегодовой темп роста объема оказания услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»:

$$T_{рп}_{cp} = \sqrt[n-1]{1,0 * 1,7065 * 0,9712} = 1,2874, \text{ или } 128,74 \%.$$

Следовательно, среднегодовой прирост объема оказанных услуг за 2013–2015 гг. составил 28,74 %.

Проведем анализ ритмичности деятельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013–2015 гг.

Таблица 2.4 - Ритмичность оказания услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» по месяцам 2013–2015 гг

Порядковый номер месяца	Объем реализации услуг, тыс. руб.			Удельный вес услуг, %			Коэффициент ритмичности		Доля продукции, зачтенная в выполнение плана по ритмичности, %	
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014	2014 / 2013	2015 / 2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	214,90	718,50	666,32	2,18	4,27	4,07	3,43	0,927	2,18	4,07
2	575,34	621,66	545,34	5,83	3,69	3,33	1,08	0,877	3,69	3,33
3	431,08	635,75	431,01	4,37	3,78	2,64	1,47	0,678	3,78	2,64
4	360,28	737,99	865,52	3,65	4,38	5,29	2,05	1,173	3,65	4,38
5	420,28	684,42	421,52	4,26	4,06	2,58	1,63	0,616	4,06	2,58
6	592,13	1333,17	1298,31	6,00	7,92	7,94	2,25	0,974	6,00	7,92
7	1920,33	966,54	1323,12	19,46	5,74	8,09	0,503	1,369	5,74	5,74
8	821,70	2248,28	2025,32	8,33	13,35	12,39	2,74	2,095	8,33	12,39
9	374,04	2979,47	2552,23	3,79	17,69	15,61	7,97	0,857	3,79	15,61
10	539,15	2589,36	2652,13	5,46	15,38	16,22	4,80	1,024	5,46	15,38
11	1441,79	1001,54	1251,06	14,61	5,95	7,65	0,695	1,249	5,95	5,95
12	2176,19	2321,32	2321,12	22,06	13,79	14,19	1,067	0,999	13,79	13,79
ИТОГО	17880	13384	16467	100	100	100	-	-	66,42	93,78

Определим коэффициент выполнения плана по следующей формуле:

$$K_{вн} = \text{Вотч} / \text{Вбаз} \quad (2.2)$$

где

Вотч – оказано услуг за отчетный год;

Вбаз – оказано услуг за базисный год.

Таблица 2.5 - Анализ выполнения плана ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» по ритмичности за 2013–2015 гг

Порядковый номер месяца	Выполнение плана по ритмичности, коэффициент		Отклонения от плана по ритмичности, (+,-)	
	2014/2013	2015/2014	2014 / 2013	2015 / 2014
1	3,43	0,927	+2,43	-0,073
2	1,08	0,877	+0,08	-0,123
3	1,47	0,678	+0,47	-0,322
4	2,05	1,173	+1,05	+0,173
5	1,63	0,616	+0,63	-0,384
6	2,25	0,974	+1,25	-0,026
7	0,503	1,369	-0,497	+0,369
8	2,74	2,095	+1,74	+1,095
9	7,97	0,857	+6,97	-0,143
10	4,80	1,024	+3,80	+0,024
11	0,695	1,249	-0,305	+0,249
12	1,067	0,999	+0,067	-0,001
ИТОГО			+0,706	-0,0288

Всего за 2014 г. план по ритмичности оказания услуг перевыполнен на 70,6 %, а за 2015 г. - невыполнен на 2,88 %.

Рассчитаем коэффициент ритмичности. Величина его определяется путем суммирования фактических удельных весов оказания услуг за каждый период, но не более базисного их уровня.

$$\text{Критм}_{2014} = 0,6642;$$

$$\text{Критм}_{2015} = 0,9378.$$

Определим коэффициент аритмичности как сумму положительных и отрицательных отклонений в объемах оказания услуг от плана за каждый день (неделю, декаду, месяц). Чем менее ритмично работает предприятие, тем выше показатель аритмичности.

$$\text{Каритм}_{2014} = 19,289;$$

$$\text{Каритм}_{2015} = 2,982.$$

Подсчитаем упущенные возможности предприятия по оказанию услуг в связи с неритмичной работой, представляющие собой разность между фактическим и возможным объемом услуг, исчисленным исходя из наибольшего среднеквартального объема оказанных услуг:

$$\text{за 2014 г.: УВ} = 13384 - (2979,473 * 12) = - 18\,915,676 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{за 2015 г.: УВ} = 16467 - (2652,131 * 12) = - 15\,472,572 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, предприятие работает неритмично, неравномерно. Упущенные возможности предприятия по оказанию услуг в связи с неритмичной работой составили в 2014 г. 18 915,676 тыс. руб., а в 2015 г. - 15 472,572 тыс. руб.

Одним из факторов, влияющим на равномерность оказания услуг, является сезонность в работе предприятия. Степень данного влияния можно оценить с помощью коэффициента сезонности, который рассчитывается по формуле:

$$\text{Кэфф.сезон.} = \frac{O_{\text{мес.}i}}{O_{\text{мес}}} \quad (2.3)$$

где $O_{\text{мес.}i}$ — объем реализации услуг в i -ом месяце, руб.;

$O_{мес.}$ — среднемесячный объем реализации услуг, руб.

Исходные данные для расчета коэффициентов сезонности работы ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг. представлены в табл. 2.6.

Таблица 2.6 - Исходные данные для расчета коэффициентов сезонности работы ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг

Порядковый номер месяца	Объем реализации услуг, тыс. руб.			Отклонения 2015 г. от			
				Абсолют. (+,-)		Темп прироста, %	
	2013	2014	2015	2013	2014	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1	214,897	718,501	666,322	451,425	-52,179	210,07	-7,26
2	575,338	621,659	545,335	-30,003	-76,324	-5,21	-12,28
3	431,077	635,748	431,005	-0,072	-204,743	-0,02	-32,21
4	360,277	737,997	865,522	505,245	127,525	140,24	17,28
5	420,280	684,417	421,515	1,235	-262,902	0,29	-38,41
6	592,133	1333,167	1298,311	706,178	-34,856	119,26	-2,61
7	1920,334	966,539	1323,121	-597,213	356,582	-31,10	36,89
8	821,704	2248,277	2025,321	1203,617	-222,956	146,48	-9,92
9	374,042	2979,473	2552,233	2178,191	-427,24	582,34	-14,34
10	539,148	2589,355	2652,131	2112,983	62,776	391,91	2,42
11	1441,787	1001,543	1251,061	-190,726	249,518	-13,23	24,91
12	2176,185	2321,324	2321,123	144,938	-0,201	6,66	-0,01
ИТОГО	9 867	16 838	16 353	6486	-485	65,73	-2,88

Рассчитаем среднемесячные коэффициенты сезонности деятельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013–2015 гг.

$$\text{Оср.2013} = 17\,880\,000 / 12 = 822\,250 \text{ руб.};$$

$$\text{Оср.2014} = 13\,384\,000 / 12 = 1\,115\,333,33 \text{ руб.};$$

$$\text{Оср.2015} = 16\,467\,000 / 12 = 1\,372\,250 \text{ руб.}$$

На основе исходных данных табл. 2.6 рассчитаем коэффициенты сезонности работы ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг.

Таблица 2.7 - Анализ сезонности деятельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013–2015 гг.

Порядковый номер месяца	Кoeff.сезон.			1 – Кoeff.сезон.			1 – Кoeff.сезон. ²		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	0,26	0,51	0,49	0,74	0,49	0,51	0,5476	0,2401	0,2601
2	0,70	0,44	0,40	0,30	0,56	0,60	0,0900	0,3136	0,3600
3	0,52	0,45	0,32	0,48	0,55	0,68	0,2304	0,3025	0,4624
4	0,44	0,53	0,64	0,56	0,47	0,36	0,3136	0,2209	0,1296
5	0,51	0,49	0,31	0,49	0,51	0,69	0,2401	0,2601	0,4761
6	0,72	0,95	0,95	0,28	0,05	0,05	0,0784	0,0025	0,0025
7	2,34	0,69	0,97	1,34	0,31	0,03	1,7956	0,0961	0,0009
8	1,00	1,60	1,49	0	0,60	0,49	0	0,3600	0,2401
9	0,45	2,12	1,87	0,55	1,12	0,87	0,3025	1,2544	0,7569
10	0,66	1,85	1,95	0,34	0,85	0,95	0,1156	0,7225	0,9025
11	1,75	0,71	0,92	0,75	0,29	0,08	0,5625	0,0841	0,0064
12	2,65	1,65	1,70	1,65	0,65	0,70	2,7225	0,4225	0,4900
ИТОГО	-	-	-	7,48	6,45	6,01	6,9988	4,2793	4,0875

Расчеты, проведенные в таблице 2.7, показывают, что в 2015 г. наибольшее значение коэффициента сезонности наблюдается в октябре (1,95) и сентябре (1,87), а наименьшее – в мае (0,31), что говорит о значительных сезонных колебаниях в спросе на услуги предприятия, что характерно для деятельности предприятий сферы бытового обслуживания.

Размах вариации (Рi), представляет собой показатель сезонности.

По данным таблицы 2.7 на исследуемом предприятии размер вариации определен следующими формулами:

$$P_{2013} = 2,65 - 0,26 = 2,39;$$

$$P_{2014} = 2,12 - 0,44 = 1,68;$$

$$P_{2015} = 1,95 - 0,31 = 1,64.$$

Таким образом, отклонение максимального коэффициента сезонности от минимального в 2013 г. составило 2,39, в 2014 г. - 1,68, а в 2015 г. - 1,64.

Среднелинейное отклонение (θ) рассчитаем по формуле:

$$\theta = \frac{\sum |1 - K_{сез}|}{12} \quad (2.4)$$

$$\theta_{2013} = 7,48 / 12 = 0,6233;$$

$$\theta_{2014} = 6,45 / 12 = 0,5375;$$

$$\theta_{2015} = 6,01 / 12 = 0,5008.$$

Расчеты говорят о том, что среднее отклонение среднемесячного объема реализации от фактического в каждом месяце составило в 2013 г. 62,33 %, в 2014 г. – 53,75 %, в 2015 г. – 50,08 %.

Среднеквадратическое отклонение (σ) определено по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum |1 - K_{сез}|^2}{12}} \quad (2.5)$$

$$\sigma_{2013} = 0,7637; \sigma_{2014} = 0,5972; \sigma_{2015} = 0,5836.$$

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в 2013 г. отклонение максимального объема услуг от минимального составляло 76,37 %, в 2014 г. – 59,72 %, в 2015 г. – 58,36 %. При этом можно отметить снижение влияния сезонных колебаний на деятельность предприятия.

При условии сглаживания сезонности возможно получение дополнительного объема реализации, который можно определить по формуле:

$$\Delta O_{сез} = O_{факт} * K_{вар} \quad (2.6)$$

Рассчитаем дополнительный объем реализации в результате снижения влияния сезонных колебаний спроса на услуги ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»:

$$\Delta O_{сез2013} = 17\,880\,000 * 0,7637 = 7\,535\,427,9 \text{ руб.};$$

$$\Delta O_{сез2014} = 13\,384\,000 * 0,5972 = 10\,055\,653,6 \text{ руб.};$$

$$\Delta O_{сез2015} = 16\,467\,000 * 0,5836 = 9\,543\,610,8 \text{ руб.}$$

Таким образом, реализация предложенных в практической плоскости, направленных на равномерную загрузку предприятия и сглаживание сезонных колебаний спроса, обеспечило бы увеличение объема реализации услуг в 2013 г. в размере 7 535 427,9 руб., в 2014 г. 10 055 653,6 руб., в 2015 г. – 9 543 610,8 руб. Для сглаживания сезонных колебаний спроса на услуги предприятия возможно внедрение гибкой системы ценообразования, проведение эффективных рекламных кампаний.

2.2. Анализ динамики показателей прибыли и рентабельности

Прибыль от реализации услуг определяется как разность между объемом их реализации в стоимостном выражении и полной себестоимостью. Необходимо проследить динамику прибыли от реализации услуг и определить, в какой степени повлияли различные факторы на ее изменение. Проведем общий анализ прибыли от реализации услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013–2015 гг.

Данные о прибыли от реализации ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг. представим в таблице 2.8.

Таблица 2.8 - Динамика прибыли от реализации услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг.

Показатели	2013г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение, (+,-)		Темп роста, %	
				2015г./2013г.	2015г./2014г.	2015г./2013г.	2015г./2014г.
Объем реализации услуг, тыс. руб.	16389	12485	16467	78	3981	100,46	131,89
Полная себестоимость услуг, тыс. руб.	15957	12148	16193	236	4045	101,48	133,30
Прибыль от реализации услуг, тыс. руб.	432	337	274	-158	-63	63,43	81,31

Исходя из приведенных в таблице 2.8 данных, видно, что темп роста прибыли от реализации услуг в 2015 г. по сравнению с 2013 г. составил 63,43%, а за 2015 г. по сравнению с 2014 г. составил 81,31%, в то время как темп роста объема реализации за аналогичные периоды составил 100,46% и 131,89 %, соответственно. Более низкий темп роста прибыли от реализации услуг по сравнению с темпами роста объема реализации услуг обусловлен тем, что темп роста полной себестоимости услуг (101,48% и 133,30% соответственно) превысил в рассматриваемом периоде темп роста объема реализации.

Проанализируем чистую прибыль ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО».

Таблица 2.9 - Анализ чистой прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015гг.

Наименование показателей	2013г., тыс. руб.	2014г., тыс. руб.	2015г., тыс.руб.	Темп прироста %	
				2015г./2013г.	2015г./2014г.
Объем реализации услуг	16389,000	12485,000	16467,000	0,48	31,89
Затраты на производство и реализацию услуг	15957,000	12148,000	16193,000	1,48	33,30
Валовая прибыль	431,000	337,000	274,000	- 36,43	- 18,69
Коммерческие расходы	3,818	6,391	6,075	59,11	-
Прочие доходы	-	-	56,95	-	-
Прибыль от прочей деятельности	-	-	56,950	-	-
Прибыль до налогообложения	428,000	331,000	325,000	-24,14	-1,81
Налог на прибыль	86,000	66,000	65,000	75,58	98,49
Чистая прибыль	342,000	265,000	260,000	76,02	98,11

Анализируя данные таблицы 2.9, видим, что полученный результат ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» уменьшилась в 2014 г. по сравнению с 2013г., и меньшими темпами - в 2015г., по сравнению с 2014г. Чистая прибыль в 2015г. по сравнению с 2013г. уменьшилась на 23,98 %, а по сравнению с 2014 г. – на 1,89 %. Валовая прибыль в 2015г. по сравнению с 2013г. уменьшился на 37,44%, это произошло за счет увеличения затрат на производство на 1,48%, а в 2015г. по сравнению с 2014г. уменьшился на 19,03% (за счет увеличения затрат на производство на 33,30%). Результат операционной деятельности в 2015г. убыточен, также как и в 2013г., но убыток возрос на 59,11%. Результат операционной деятельности в 2015г. убыточен, также как и в 2014г., убыток возрос на 5,2%. Прибыль от прочей деятельности в 2013 и 2014 гг.

отсутствовала, а в 2015 г. составила 56,95 руб., это произошло за счет прочих доходов.

Рассчитаем и проанализируем динамику изменения показателей рентабельности за период с 2013 по 2015 гг.: рентабельности реализации и рентабельности услуг.

Определим рентабельность продаж за 2013-2015гг. по формуле:

$$R_{пр} = \text{Пр}/\text{Ор} * 100, \quad (2.7)$$

где Пр – прибыль от реализации услуг, тыс. руб.

Ор - объем реализации, тыс. руб.

$$2013г.: R_{пр} = 432 / 16\ 389 * 100 = 2,64 \%;$$

$$2014 г.: R_{пр} = 337 / 12\ 485 * 100 = 2,70 \%;$$

$$2015 г.: R_{пр} = 274 / 16\ 467 * 100 = 1,66 \%.$$

Если в 2013г., 2014 г. с 1 руб. реализации было получено 2,64% и 2,7 % прибыли, соответственно, то в 2015 г. этот показатель составил 1,66 %, то есть в 2015 г. по сравнению с 2013 и 2014 г. ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» получило прибыли на 1,01% меньше с 1 руб. реализованных услуг. Причина снижения уровня рентабельности продаж состоит в том, что при росте объема реализации услуг.

Определим рентабельность услуг за 2013-2015 гг. в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» по формуле:

$$R_y = C/\text{Ор} * 100, \quad (2.8)$$

где С - полная себестоимость реализованных услуг, тыс. руб.

$$2013г.: R_y = 432 / 15\ 957 * 100 = 2,70 \%;$$

$$2014 г.: R_y = 337 / 12\ 148 * 100 = 2,77 \%;$$

$$2015 г.: R_y = 274 / 16\ 193 * 100 = 1,69 \%.$$

В 2013г. на каждый руб. полных затрат была получена прибыль, равная 2,70%, в 2014г. - 2,77%. В 2015 г. аналогичный показатель составил 1,69%, то есть в 2015 г. по сравнению с 2013г. и 2014 г. ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» получало прибыли на 1,04 % меньше с 1 руб. затрат на оказание услуг. Причина снижения рентабельности услуг состоит в том, что при росте полной

себестоимости услуг на предприятии в 2015 г. наблюдается снижение прибыли от реализации.

Рассчитанные показатели рентабельности позволяют судить об ухудшении ситуации в 2015 г. по сравнению с 2013 и 2014 гг., так как произошло снижение уровня рентабельности реализации, услуг.

Рассчитаем рентабельность капитала за 2013-2015 гг. в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» по формуле:

$$\text{Ракт.п.б.} = \text{Пб/Ск} * 100, \quad (2.9)$$

где Ракт.п.б. – рентабельность активов по прибыли до налогообложения, %;

Пб – прибыль до налогообложения, руб.;

Ск – общая сумма капитала, руб.

$$2013 \text{ г. - Ракт.п.б.} = 428\,029 / 2\,574\,365 * 100 = 16,63\%;$$

$$2014 \text{ г. - Ракт.п.б.} = 330\,769 / 1\,363\,114 * 100 = 24,27\%;$$

$$2015 \text{ г. - Ракт.п.б.} = 324\,716 / 9\,129\,030 * 100 = 3,56 \%$$

Аналогично рассчитываем рентабельность всех активов по чистой прибыли за 2013-2015 гг. по формуле:

$$\text{Ракт.п.ч.} = \text{Пч./Ск} * 100, \quad (2.10)$$

где Ракт.ч.п. – рентабельность активов по чистой прибыли, %;

Пч. – чистая прибыль, руб.

$$2013 \text{ г. - Ракт.п.ч.} = 342\,423 / 2\,574\,365 * 100 = 13,30 \%$$

$$2014 \text{ г. - Ракт.п.ч.} = 265\,643 / 1\,363\,114 * 100 = 19,49 \%$$

$$2015 \text{ г. - Ракт.п.ч.} = 259\,773 / 9\,129\,030 * 100 = 2,85 \%$$

Рассчитанные коэффициенты показывают, что в конце отчетного периода на каждый рубль, вложенный в активы предприятия, получено 3,56% прибыли до налогообложения и 2,85 % чистой прибыли. На начало отчетного периода показатели составляли соответственно 16,63 %, а рентабельности по чистой прибыли – 13,30 %.

В обобщенном виде показатели рентабельности представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Показатели рентабельности деятельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение, (+,-)	
				2015г./2013г.	2015г./2014г.
1	2	3	4	5	6
Рентабельность продаж, %	2,64	2,70	1,66	-0,98	-1,04
Рентабельность услуг, %	2,70	2,77	1,69	-1,01	-1,08
Рентабельность активов (по прибыли до налогообложения), %	16,63	24,27	3,35	-13,28	-20,92
Рентабельность активов (по чистой прибыли), %	13,30	19,49	2,85	-10,45	-16,64

Все показатели говорят о том, что ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» в 2015 г. – рентабельно, но по сравнению с 2013 и 2014 гг. ухудшило свою деятельность.

2.3. Факторный анализ прибыли и рентабельности.

Для выявления факторов, который повлияли на прибыль от реализации услуг, проведем факторный анализ.

На основе данных таблицы 2.8 рассчитаем влияние различных факторов на изменение прибыли от реализации услуг:

1) влияние роста объема реализации:

$$2015г./2013г. = 16\,467\,000 - 16\,389\,000 = 78 \text{ тыс. руб.};$$

$$2015г./2014г. = 16\,467\,000 - 12\,485\,000 = 3981 \text{ тыс.руб.}$$

2) влияние роста полной себестоимости:

$$2015г./2013г. = 16193\,000 - 15\,957\,000 = 236 \text{ тыс. руб.};$$

$$2015г./2014г. = 16193\,000 - 12\,148\,000 = 4045 \text{ тыс.руб.}$$

Итого влияние факторов на величину прибыли от реализации услуг за:

$$2015г./2013г. = 78\,000 - 236\,000 = -158 \text{ тыс. руб.}$$

$$2015г./2014г. = 3\,981\,000 - 4\,045\,000 = -63 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, значительным резервом роста прибыли от реализации услуг ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» является снижение их полной себестоимости.

Так как разница между чистой прибылью 2015г. и 2014г. небольшая (снижение на 1,89 %), а между 2015г. и 2013г. существенна (снижение произошло на 23,98 %), проведем факторный анализ чистой прибыли за 2015г. и 2013г., чтобы выяснить какие факторы и как повлияли на такое сильное уменьшение прибыли за этот период. Для этого составим таблицу 2.11.

Таблица 2.11 – Исходные данные для факторного анализа чистой прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015гг.

Наименование показателей	2013г.	2015г.	Абсолютное отклонение, (+,-)	Относительное отклонение, %
Объем реализации услуг, руб.	16388740	16467171	78431	100,48
Затраты на реализацию услуг, руб.	15956893	16193327	236434	101,48
Прибыль от реализации услуг по основной деятельности, руб.	431847	273844	-158003	63,41
Прибыль от реализации услуг по основной деятельности к выручке, %	2,6238	1,6518	-0,9720	63,1120
Затраты от реализации услуг к выручки, %	97,3650	98,3370	0,9720	100,9983
Прочие расходы, руб.	3818	6075	2257	159,11
Прочие доходы, руб.	-----	56947	56947	-----
Прибыль до налогообложения, руб.	428029	324716	-103313	75,86
Налог на прибыль, руб.	85606	64943	-20663	-24,14
Чистая прибыль, руб.	342423	259773	-82650	-24,14
Рентабельность реализации в расчете по прибыли до налогообложения, %	2,68	2,01	-0,67	-----
Рентабельность реализации в расчете по чистой прибыли, %	2,08	1,58	-0,50	-----

Влияние выручки от реализации услуг на прибыль определим по формуле:

$$\Delta\Pi = \Delta B * B2\% / 100, \quad (2.11)$$

где ΔB – абсолютное отклонение выручки от реализации, тыс.руб.;

$B2\%$ - результат в % к выручке за 2013 г., %.

В 2015 г. выручка предприятия увеличилась на 78 431 руб., что соответственно привело к увеличению прибыли на сумму:

$$\Delta\Pi = 78\,431 * 2,6238 / 100 = 2\,057,9 \text{ руб.}$$

Влияние себестоимости на прибыль определим по формуле:

$$\Delta\Pi_2 = \Delta Z\% * B1 / 100, \quad (2.12)$$

где $\Delta Z\%$ - затраты реализации в % к выручке, %;

$B1$ – объем реализации услуг за 2015 г., тыс.руб.

В 2015 г. себестоимость на 1 руб. выручки увеличилась 0,972%, что соответственно уменьшило прибыль на:

$$\Delta\Pi_2 = 0,972 * 16\,467\,171 / 100 = 160\,060,9 \text{ руб.}$$

Таким образом, первые два фактора изменили прибыль в отрицательную сторону. Влияние изменения прибыли определим по формуле:

$$\Delta\Pi = \Delta\Pi_1 - \Delta\Pi_2 \quad (2.13)$$

Она увеличилась на сумму: $\Delta\Pi = 2\,057,9 - 160\,060,9 = -158\,003$ руб..

Расходы от операционной деятельности увеличились на 2 257 руб., что соответственно уменьшило прибыль на 2 257 руб. Прочие доходы увеличились на 56 947 руб., что соответственно увеличило прибыль на 56 947 руб. Налог на прибыль предприятия снизился на 20 663 руб., что соответственно привело к уменьшению прибыли на эту же сумму.

Таким образом, чистая прибыль в 2015 г. по сравнению с 2013 г. уменьшилась на $((-158\,003) + (-2\,257) + (+56\,947) + (+20\,663)) = -82\,650$ руб.

Негативное влияние на прибыль и рентабельность предприятия оказывает снижение качества услуг, что видно из данных таблицы 2.12.

Таблица 2.12 - Динамика неустранимого брака стирки, химчистки и крашения одежды

Показатель	2013г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение, (+,-)		Темп роста, %	
				2015г./2013г.	2015г./2014г.	2015г./2013г	2015г./2014г.
Объем реализации услуг, тыс. руб.	16389	12485	16467	78	3981	100,46	131,89
Полная себестоимость реализованных услуг, тыс. руб.	15957	12148	16193	236	4045	101,48	133,30
Прибыль от реализации услуг, тыс. руб.	432	337	274	-158	-63	63,43	81,31
Рентабельность услуг, %	2,64	2,70	1,69	-0,95	-1,01	-	-
Неустранимый брак, тыс.руб.	18	25	31	13	6	72,22	24,00
Удельный вес брака в полной себестоимости услуг, %	0,11	0,21	0,19	0,08	0,02	-	-

По данным таблицы 2.12 видно, что неустранимый брак, возмещение которого происходит из средств предприятия, в 2015 г. составил 31 тыс.руб. Это на 13 тыс.руб., или на 72,22 % выше, чем в 2013 г. и на 6 тыс.руб., или на 24 % больше показателя 2014 г. Таким образом, на предприятии имеет место тенденция роста брака. Увеличивается и удельный вес брака в себестоимости услуг: если в 2013 г. данный показатель составлял 0,11 %, то в 2015 г. – 0,19 %.

Проведем расчет влияния неустранимого брака на прибыль и рентабельность услуг.

В 2014 г. удельный вес брака в полной себестоимости услуг увеличился с 0,11 % до 0,21 %. В результате прибыль предприятия сократилась на следующую величину:

$$\Delta\Pi = 12\,148 * (0,21 - 0,11) / 100 = 12 \text{ тыс.руб.}$$

При уровне удельного веса брака в полной себестоимости услуг 2013 г. рентабельность услуг в 2014 г. составила бы: $(337 + 12) * 100 / 12485 = 2,80 \%$. Таким образом, рост удельного веса брака в 2014 г. вызвал снижение рентабельности услуг на 0,10 пункта (2,80 – 2,70).

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. удельный вес брака в полной себестоимости услуг сократился на 0,02 пункта. Это вызвало увеличение прибыли на величину:

$$\Delta\Pi = 16\,193 * (0,19 - 0,21) / 100 = - 3 \text{ тыс.руб.}$$

При уровне удельного веса брака в полной себестоимости услуг 2014 г. рентабельность услуг в 2015 г. составила бы: $(274 - 3) * 100 / 16\,193 = 1,67 \%$. Таким образом, снижение удельного веса брака в 2015 г. вызвал увеличение рентабельности услуг на 0,02 пункта (1,69 – 1,67).

Таким образом, видим, что качество услуг оказывает непосредственное влияние на величину прибыли предприятия и показатели рентабельности услуг.

Для выявления зависимости между качеством оказания услуг и рентабельностью услуг используем корреляционный анализ. Факторным признаком при его проведении является показатель удельного веса брака в полной себестоимости услуг (X), а результативным – рентабельность оказания услуг (Y). Для проведения анализа в таблице 2.13 представлены данные об удельном весе брака в полной себестоимости услуг и рентабельности услуг по месяцам 2015 г.

Таблица 2.13 - Данные об удельном весе брака в полной себестоимости услуг и рентабельности услуг по месяцам 2015 г.

Порядковый номер месяца	Факторный признак – удельный вес брака в полной себестоимости услуг, % X	Результативный признак – рентабельность оказания услуг, % Y
1	0,1	1,82
2	0,11	1,65
3	0,23	1,08
4	0,17	1,44
5	0,19	1,2
6	0,22	1,18
7	0,14	1,36

Продолжение таблицы 2.13

8	0,18	1,22
9	0,21	1,18
10	0,15	1,58
11	0,13	1,67
12	0,11	1,72

На основе данных, представленных в таблице 2.13, рассчитаны показатели, необходимые для проведения регрессионно-корреляционного анализа.

Таблица 2.14 - Исходные данные для проведения регрессионно-корреляционного анализа зависимости рентабельности услуг от качества услуг

Порядковый номер месяца	X	Y	x ²	y ²	X*Y	Y'
1	2	3	4	5	6	7
1	0,1	1,82	0,01	3,3124	0,182	1,422
2	0,11	1,65	0,0121	2,7225	0,1815	1,414
3	0,23	1,08	0,0529	1,1664	0,2484	1,318
4	0,17	1,44	0,0289	2,0736	0,2448	1,366
5	0,19	1,2	0,0361	1,44	0,228	1,35
6	0,22	1,18	0,0484	1,3924	0,2596	1,326
7	0,14	1,36	0,0196	1,8496	0,1904	1,39
8	0,18	1,22	0,0324	1,4884	0,2196	1,358
9	0,21	1,18	0,0441	1,3924	0,2478	1,334
10	0,15	1,58	0,0225	2,4964	0,237	1,382
11	0,13	1,67	0,0169	2,7889	0,2171	1,398
12	0,11	1,72	0,0121	2,9584	0,1892	1,414
Итого	1,94	17,1	0,336	25,0814	2,6454	

Для нахождения параметров уравнения линейной регрессии (a_0, a_1) решим систему нормальных уравнений:

$$\begin{cases} n \times a_0 + \left(\sum_{t=1}^n x_t\right) \times a_1 = \sum_{t=1}^n y_t \\ \left(\sum_{t=1}^n x_t\right) \times a_0 + \left(\sum_{t=1}^n x_t^2\right) \times a_1 = \sum_{t=1}^n (x_t \times y_t) \end{cases}$$

$$n=12$$

$$\begin{cases} 12 \times a_0 + 1,94 \times a_1 = 17,10 \\ 1,94 \times a_0 + 0,336 \times a_1 = 2,6454 \end{cases}$$

$$a_0 = 1,364 - 0,173 * a$$

$$(1,364 - 0,173 * a) * 1,94 + a * 0,336 = 2,6454$$

$$2,6462 - 0,335 * a + 0,336 * a = 2,6454$$

$$0,001 * a = -0,0008$$

$$a = -0,8$$

$$a_0 = 1,364 + 0,173 * 0,8 = 1,502$$

a_1 – коэффициент регрессии.

Найдём также параметры уравнения линейной регрессии, используя надстройку «Мастер диаграмм» в Excel, тип диаграммы – точечная, выделяем столбцы (A1:B11), выбираем команду «Добавить линию тренда», выбираем 2 последние команды: показывать уравнение на диаграмме; поместить на диаграмму величину достоверности аппроксимации.

Общий вид уравнения регрессии имеет вид:

$$\hat{y} = a_0 + a_1 \times x$$

$$\hat{y} = 1,502 - 0,800 \times x$$

Величина коэффициента регрессии (a_1) показывает, на сколько в среднем изменяется значение результата с изменением фактора на 1 единицу. Таким образом, в нашем случае, с увеличением удельного веса брака в полной себестоимости услуг на 1 % рентабельность услуг снижается в среднем на 0,8 %.

Можно сделать вывод, что качество услуг непосредственным образом влияет на показатель рентабельности. С ростом брака рентабельность услуг снижается.

Таким образом, проведенное во второй главе бакалаврской работы исследование позволяет сделать выводы, что

Деятельность ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг. была прибыльной. Однако, прибыль от реализации услуг в 2015 году существенно ниже показателей 2013 г (на 41,83 %) и 2014 г. (на 24,10 %). Это объясняется,

прежде всего, резким снижением объема реализации в 2015г. к 2013г., а также превышением темпа роста полной себестоимости (6,98%) над темпом роста объема реализации (7,90%) за 2015г. к 2013г.

В 2014 г. произошло существенное снижение объема реализации услуг – на 25,15%. В 2015 г. предприятие увеличило объемы реализации услуг, превысив показатель 2014 г. на 23,03%. Однако объемы реализации 2013 г. предприятию достигнуть не удалось (объем реализации в 2015 г. ниже показателя 2013 г. на 7,90%).

Предприятие работает неритмично, неравномерно. Упущенные возможности предприятия по оказанию услуг в связи с неритмичной работой составили в 2014 г. 18 915,676 тыс. руб., а в 2015 г. - 15 472,572 тыс. руб.

В 2013 году отклонение максимального объема услуг от минимального составляло 76,37 %, в 2014 году – 59,72 %, в 2015 году – 58,36 %. При этом можно отметить снижение влияния сезонных колебаний на деятельность предприятия.

Рассчитанные показатели рентабельности позволяют судить об ухудшении ситуации в 2015 г. по сравнению с 2013 и 2014 гг., так как произошло снижение уровня рентабельности реализации, услуг. На предприятии имеет место тенденция роста брака, что вызывает снижение прибыли и рентабельности.

3. Направления повышения прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

3.1. Рекомендации по прогнозированию прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

В целях совершенствования методики планирования прибыли и повышения точности ее прогнозных значений в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» предлагается использование прогноза прибыли на основе факторной модели.

Рассмотрим применение методики прогнозирования прибыли от продаж в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО». Исходные данные для проведения прогноза представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Исходные данные для прогнозирования прибыли

Показатели	Символ	Значение в 2015 г.	Метод расчета
1. Объем продаж, тыс. руб.	S	16467	Таблица 2.2
2. Переменные расходы, тыс. руб.	VC	13174	По данным предприятия
3. Коэффициент переменных расходов	b	0,80	$VC : S$
4. Маржинальный доход, тыс. руб.	MP	3293	$S - VC$
5. Коэффициент маржинального дохода	a	0,20	$MP : S$
6. Постоянные расходы, тыс. руб.	PC	3019	По данным предприятия
7. Прибыль от продаж, тыс. руб.	PS	274	$MP - PC$
8. Операционный рычаг	OL	12,02	$MP : PS$

В выручке от продаж выделим три группы услуг: 1) услуги по стирке; 2) услуги по химчистке; 3) услуги по окрашиванию текстильных и меховых изделий.

Таблица 3.2 - Структура продаж

Вид услуг	Удельный вес, в %	MP на рубль продаж	Взвешенный MP на рубль продаж
Стирка одежды	40,0	0,20	$0,20 * 0,40 = 0,08$
Химчистка одежды	50,0	0,16	$0,16 * 0,50 = 0,08$
Окрашивание текстильных и меховых изделий	10,0	0,40	$0,40 * 0,10 = 0,04$
Итого	100,0	X	0,20

Прогнозируются следующие цели на будущий период:

- рост выручки от продаж на 7,5%;
- изменение структуры продаж: стирка одежды – 45 %; химчистка одежды – 50 %; окрашивание одежды – 5 %;
- снижение переменных расходов на 5 %;
- увеличение постоянных расходов на 40 тыс. руб. (на рекламу);
- рост цен на услуги на 10 %.

Выполняем прогнозный расчет прибыли от продаж по факторам.

Фактор влияния объема продаж на прибыль (ΔS) может быть рассчитан по формуле:

$$\Delta S = \Delta T_s * OL * PS_b, \quad (3.1)$$

где ΔT_s — прогнозируемый прирост выручки от продаж;

OL — операционный рычаг;

PS — прибыль от продаж в базовом периоде.

Величина операционного рычага, рассчитанная в таблице 3.1, составляет 12,02, таким образом эффект рычага: $+ 7,50 * 12,02 = + 90,15 \%$.

Прогнозируемый прирост прибыли от продаж:

$$274 * 90,15 \% = 247 \text{ тыс.руб.}$$

Влияние фактора структурных сдвигов в объеме продаж на прибыль (ΔN) рассчитано в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Расчет влияния фактора структурных сдвигов на объем продаж

Товарные группы	Удельный вес в %	MP на рубль	Взвешенный MPn продаж
Стирка одежды	45,0	0,20	$0,45 * 0,20 = 0,09$
Химчистка одежды	50,0	0,16	$0,50 * 0,16 = 0,08$
Окрашивание текстильных и меховых изделий	45,0	0,40	$0,45 * 0,40 = 0,18$
Итого	100,0	X	0,35

По данным таблицы 3.3 видно, что произошел структурный сдвиг, повлиявший на коэффициент маржинального дохода. Коэффициент MP

увеличился с 0,20 до 0,35, то есть на 0,15, или на 15 %. Его влияние на прогнозируемую прибыль определится по формуле:

$$\Delta N = S_b * T_b * \Delta MP_n, \quad (3.2)$$

где S_b — выручка от продаж в базовом периоде;

T_b — прогнозный темп прироста выручки от продаж;

ΔMP_n — изменение коэффициента маржинального дохода из-за структурных сдвигов.

$$16\,467 * 1,075 * 15 \% = 2\,656 \text{ тыс.руб.}$$

Влияние на прибыль фактора переменных расходов (ΔVC) определится по формуле:

$$\Delta VC = S_b * T_b * VC_n * VC_p, \quad (3.3)$$

где VC_n — коэффициент переменных расходов с учетом структурных сдвигов ($1 - MP_n$);

VC_p — прогноз снижения переменных расходов (с обратным знаком).

$$16\,467 * 1,075 * (1 - 0,35) * 5 \% = 575 \text{ тыс.руб.}$$

Влияние на прибыль фактора постоянных расходов (ΔFC) определяется прямым счетом, но с обратным знаком. При увеличении постоянных расходов на прибыль (+40 000 руб.) прибыль снизится на эту же сумму (- 40 000 руб.).

Влияние на прибыль фактора цен (ΔP) определится по формуле:

$$\Delta P = S_b * T_s * P_p, \quad (3.4)$$

где P_p — прогнозируемое изменение цен на услуги.

$$16\,467 * 1,075 * 10 \% = 1\,770 \text{ тыс.руб.}$$

В результате получим величину прогнозируемой прибыли:

$$274 + 247 + 2\,656 + 575 - 40 + 1\,770 = 5\,482 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, прогноз показывает, что при использовании всех резервов прибыль от продаж может возрасти с 274 тыс.руб. до 5 482 тыс.руб.

Отметим, что факторный анализ существенно меняет расчет прибыли, который можно было выполнить на основе одного лишь эффекта операционного рычага. Подтвердим достоверность факторного прогноза прибыли прямым поэтапным расчетом на основе полной информации.

Таблица 3.4 - Прямой расчет прибыли от продаж

Показатели	База	1	2	3	4	5
1. Продажи, тыс.руб.	16467	17702	17702	17702	17702	19472
2. Переменные расходы, тыс.руб.	13174	14162	11506	10931	10931	10931
3. Маржинальный доход, тыс.руб.	3293	3540	6196	6771	6771	8541
4. Коэффициент МР	0,20	0,20	0,35	0,38	0,38	0,44
5. Постоянные расходы, тыс.руб.	3019	3019	3019	3019	3059	3059
6. Прибыль от продаж, тыс.руб.	274	521	3177	3752	3712	5482
7. Факторы прироста прибыли, тыс.руб.	-	+ 247	+ 2656	+ 575	-40	+ 1770

В первом варианте расчета приведены результаты увеличения объема продаж при сохранении структуры цен базового периода. При этом выручка от продаж составит: $16\,467 * 1,075 = 17\,702$ тыс.руб. Переменные расходы увеличатся на такой же процент, что и выручка и составят: $13\,174 * 1,075 = 14\,162$ тыс.руб. Тогда маржинальный доход будет равен: $17\,702 - 14\,162 = 3\,540$ тыс.руб., а прибыль от продаж: $3\,540 - 3\,019 = 521$ тыс.руб. Таким образом, в результате увеличения объема продаж на 7,50 % прибыль от продаж возрастет на 247 тыс.руб. (что совпадает с ранее проведенным расчетом).

В варианте 2 показаны результаты изменений в структуре товарных групп. Расчеты показывают, что если структура услуг изменится согласно прогнозу, то маржинальный доход возрастет на 2 656 тыс.руб., а прибыль от продаж составит 3 177 тыс.руб. Таким образом, за счет фактора структурных сдвигов в ассортименте возможно увеличение прибыли от продаж на 2 656 тыс.руб.

Вариант 3 демонстрирует результаты снижения переменных расходов. При снижении переменных расходов на 5 % маржинальный доход и прибыль от продаж возрастут на 575 тыс.руб.

В варианте 4 приведены результаты изменения постоянных расходов. Рост постоянных расходов на 40 тыс.руб. вызовет снижение прибыли от продаж на ту же величину.

Вариант 5 отражает результаты изменения цен на услуги. В результате роста цен на 10 % прибыль от продаж увеличивается на 1 770 тыс.руб.

Проведенные расчеты методом прямого счета полностью совпадают с итогами прогнозной факторной модели. Применение факторных моделей расширит возможности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» в прогнозировании прибыли.

3.2. Расчет экономической эффективности мероприятия по повышению рентабельности компании

Представим мероприятия, которые позволят реализовать выявленные резервы роста прибыли в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО». Для повышения выручки от продаж предлагается создание салона самообслуживания на свободных площадях предприятия.

Самообслуживание в салоне стирки белья предполагает обустройство салона самообслуживания, расположенного непосредственно в помещении ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО». У предприятия имеется свободное помещение (ранее задействованное под склад) площадью 42 м² (6 х 7 м) с необходимым канализационным обеспечением.

Внедрение мероприятия позволит клиентам максимально сократить все пролеживания заказа в процессе его обработки: время в ожидании обработки и время в процессе обработки. Схема работы следующая: клиент приходит в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО», приемщица определяет массу сухого белья, оформляет квитанцию, клиент производит оплату за пользование оборудованием и проходит в салон самообслуживания, где без ожиданий самостоятельно стирает, сушит и гладит принесенное белье. Необходимую консультацию о пользовании оборудованием он может получить у приемщицы.

Данное мероприятие рассчитано на следующих клиентов:

- иногородних студентов, проживающих в общежитиях, на съемных квартирах;
- иных жителей г.о. Тольятти, проживающих в общежитиях, на съемных квартирах;

- семей, не имеющих стиральной машины;
- прочих категорий клиентов.

Себестоимость услуги формируется исходя из затрат электроэнергии, воды, амортизации машины и стоимости порошков и кондиционеров для белья (если клиент пожелал воспользоваться моющими средствами предприятия). Стоимость стирки в салоне самообслуживания несколько ниже, чем стирка в цехе, поскольку в цену не включены затраты на оплату труда. Кроме того, минимальный производственный цикл стирки изделий в цехе составляет три часа, а производственный цикл стирки путем самообслуживания может быть сокращен на желаемое время. Таким образом, клиент сам регулирует срок оказания услуги; кроме того, полностью сохраняется индивидуальность обработки заказа.

Обустройство салона предполагает покупку в кредит 6 стиральных машин разной загрузки и 3 сушильных барабанов. Дополнительно предприятие закупит 3 гладильных доски с утюгами, 7 стульев для клиентов и установит 3 стеллажа. Амортизация всего оборудования будет начисляться линейным способом исходя из срока его службы.

Таблица 3.5 - Перечень оборудования для салона самообслуживания

№	Наименование оборудования с указанием максимальной загрузки, кг	Количество, шт.	Стоимость, руб.	Срок службы, лет	Норма амортизационных отчислений в год
1	Стиральная машина Bosch WAE 20160 OE (6 кг)	1	15 300	10	1 530
2	Стиральная машина Bosch WAA 20170 OE (5 кг)	2	13 005	10	1 300,5
3	Стиральная машина Bosch WLF 20164 OE (4,5 кг)	2	13 770	10	1 377
4	Стиральная машина Zanussi ZWO 384 (3,5 кг)	1	10 455	10	1 045,5
5	Сушильный барабан Bosch WTE 86302 BY (6 кг)	3	21 675	10	2 167,5

Продолжение таблицы 3.5

6	Гладильная доска	3	500	10	50
7	Утюг с отпаривателем Techno TS 1205	3	650	5	130
8	Стеллаж	3	2 000	10	200
9	Стул	7	500	7	71,43
10	ИТОГО	-	157 280	-	16 073

Выбор бытовых стиральных машин для обустройства салона самообслуживания сделан на основе технической пригодности данных машин для предполагаемых нагрузок; кроме того, большая часть населения знакома с представленными марками бытовой техники и доверяет ее качеству. Бытовые стиральные и сушильные машины просты в использовании, поэтому стирка в салоне не будет вызывать затруднений при обращении с оборудованием.

Стиральные машины и сушильные барабаны будут закуплены в сети гипермаркетов электроники в рассрочку сроком на 2 года, сумма ежемесячных платежей составит 6 014 руб.

Схема планировки салона самообслуживания представлена в Приложении В.

Установка оборудования в салоне самообслуживания будет произведена силами слесаря, работающего в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО». В целях экономии площади сушильные барабаны будут установлены на стиральные машины загрузкой 6 и 5 кг. Для этой цели используются дополнительные принадлежности - соединительный элемент с выдвижной полочкой WZ20300 (предоставляется в дополнение к сушильному барабану). Соединительный элемент крепится к крышке стиральной машины при помощи саморезов; ножки сушильного автомата закрепляются в пазах соединительного элемента.

Таблица 3.6 - Исходные данные для расчета себестоимости стирки 1 кг. белья

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Zanussi ZWO 384	Bosch WLF 20164 OE	Bosch WAA 20170 OE	Bosch WAE 20160 OE	Bosch WTE 86302 BY
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Максимальная загрузка	кг	3,5	4,5	5,0	6,0	6,0
2	Количество единиц оборудования	ед.	1	2	2	1	3

Продолжение таблицы 3.6

3	Энергопотребление	кВт*ч	0,66	0,76	0,95	1,02	4,2
4	Водопотребление	л/цикл	43	40	49	45	-
5	Гарантированное число срабатываний, всего	шт. циклов	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
6	Стоимость электроэнергии	руб./кВт/ч	2,37				
7	Стоимость холодного водоснабжения	руб./м ³	6,95				

Исходя из данных табл. 3.6 можно рассчитать средний расход электроэнергии стиральных машин:

$$\bar{Z}_{\text{эл.эн.}} = \frac{0,66 + 2 \times 0,76 + 2 \times 0,95 + 1,02}{6} = 0,85 \text{ кВт} \cdot \text{ч}$$

Средний расход воды за 1 цикл стирки составляет:

$$\bar{Z}_{\text{вод.}} = \frac{43 + 2 \times 40 + 2 \times 49 + 45}{6} = 44 \text{ л} = 0,044 \text{ м}^3$$

Средняя загрузка стиральной машины составляет:

$$\bar{M}_{\text{загр.}} = \frac{3,5 + 2 \times 4,5 + 2 \times 5 + 6}{6} = 4,75 \text{ кг}$$

Плановый объем реализации услуг в натуральном выражении, поступающий от салона самообслуживания, составит 300 кг/мес. Число циклов стирки в месяц равно:

$$N_{\text{циклов}} = \frac{300}{4,75} = 63,16 \approx 64 \text{ цикла}$$

Исходя из проведенных расчетов можно определить годовой объем дополнительных текущих затрат на создание и работу салона самообслуживания.

$Z_{\text{тек.}} = (0,85 * 2,37 + 0,044 * 6,95 + 4,2 * 2,37) * 64 * 12 + 16\ 073 = 25\ 500$ руб.

Цена стирки и сушки 1 кг белья в салоне самообслуживания ниже цены стирки белья в цехе в 1,24 раза и составляет 25 руб./кг. Цена за пользование утюгом и гладильной доской формируется исходя их энергопотребления утюга,

превышая ее в два раза, то есть составляет 11 руб./час. Согласно данным планового объема реализации услуг, глажение будет применяться в среднем для половины заказов, то есть для 150 кг. Средняя продолжительность глажки 1 кг. белья составляет 30 мин., следовательно, дополнительная выручка за пользование утюгом равна 825 руб. ежемесячно или 9 900 руб. в год.

$$Op_{2012 \text{ г.}} = 16\,467\,000 + 25 * 150 * 12 + 9\,900 = 16\,521\,900 \text{ руб.}$$

$$B_{2013} = \frac{16\,521\,900}{20} = 826\,095 \text{ руб.}$$

$$\uparrow B_{2013/2012} = \frac{826\,095}{823\,000} \times 100 - 100 = 3,34\%.$$

Таким образом, внедрение мероприятия позволит повысить выручку от продаж на 3,34 %.

Для реализации мероприятия необходимы текущие затраты в размере 25,50 тыс.руб. и капитальные в размере 157,28 тыс.руб. В таблице 3.7 представлен расчет планируемой прибыли при реализации проекта по открытию салона самообслуживания.

Переменные расходы увеличатся на 3,34 %, а постоянные останутся без изменения. Прибыль от продаж в результате внедрения мероприятия возрастет на 41,05 %, а чистая прибыль – на 33,87 %. Прирост чистой прибыли составляет 88,01 тыс.руб. Исходя из этого рассчитаем срок окупаемости капитальных затрат:

$$\text{Ток} = 157,28 / 88,01 = 1,78 \text{ года, или } 1 \text{ год } 9 \text{ месяцев.}$$

– Прогнозирование прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» с учетом открытия салона самообслуживания

Наименование показателей	2015 г., тыс.руб.	Проект	Изменение	
			абсолютное, тыс.руб.	относительное, %
Объем реализации услуг	16467,00	17017,00	549,99	3,34
Переменные расходы	13174,00	13614,01	440,01	3,34
Постоянные расходы	3019,00	3019,00	-	-
Валовая прибыль	274,00	383,99	109,99	40,14
Коммерческие расходы	6,08	6,08	-	-
Прибыль от продаж	267,92	377,91	109,99	41,05

Продолжение таблицы 3.7

Прочие доходы	56,95	56,95	-	-
Прибыль до налогообложения	325,88	434,86	108,98	33,44
Налог на прибыль	65,00	86,97	21,97	33,80
Чистая прибыль	259,88	347,89	88,01	33,87

В целях повышения выручки от оказания услуг и снижения их себестоимости предлагается обновление парка оборудования.

В ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» большая часть заказов поступает от различных предприятий и организаций на основании договора на оказание услуг по химической чистке и стирке; как правило, объем заказа превышает 200 кг при единовременной сдаче. В таблице 3.8 представлен удельный вес заказов на стирку, поступающих от организаций, в общей численности заказов.

На основании данных табл. 3.8 можно сделать вывод, что средний удельный вес заказов, поступающих от организаций, составляет 54,12%. Однако большой объем поступающих изделий обрабатывается в те же сроки, что и заказы от населения, поскольку стиральные машины, установленные на ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО», имеют относительно небольшую максимальную загрузку барабана (по факту – 4 кг.) Это позволяет сохранять индивидуальность стирки изделий, поступивших от населения, однако негативно отражается на сроках оказания услуг различным организациям, для которых индивидуальность стирки отдельных изделий – необязательное условие (в числе предприятий, заключивших с ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» договор на оказание услуг по химической чистке и стирке, находятся ООО «Образ» парикмахерская № 2, ЗАО «Тон-Авто», ООО «Самаратрансгаз» ТЛПУМГ, ГУ ОВО при АРУВД г. Тольятти, «Лада Тольятти», ОАО «Тольятти Молоко», «Тольяттинский Машиностроительный Техникум», социальная гостиница, ЗАО КШВК (Комбинат шампанских вин) «Росинка», ОАО «Тольяттинский мясокомбинат»).

Таблица 3.8 - Объем реализации услуг в натуральном выражении
ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

№	Наименование показателя	Ед. изм.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
1	Объем реализации услуг по стирке, всего, в т.ч.: от населения; от организаций	тонн	843 846	853 946	863 848	853 946	903 555	361 719	392 118
2	Удельный вес заказов, поступивших от организаций	%	54,76	54,12	55,81	54,12	61,11	52,77	46,15

В настоящее время существуют более производительные профессиональные стиральные машины с максимальной загрузкой барабана 30 кг. Поскольку в парке оборудования ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» находится 8 стиральных машин с загрузкой 4 кг, а от организаций поступает более половины заказов, предприятие может заменить 1 старую машину на новую (с максимальной загрузкой 30 кг.)

Из рассмотренных вариантов профессиональных стиральных машин были выбрана модель «Вязьма Л25-221» производства Вяземского машиностроительного завода стоимостью 129 029 руб., включая затраты на упаковку и доставку до г.о. Тольятти. Приобрести данное оборудование можно в ООО «Промтех», расположенном по адресу: 420066, г. Казань, ул. Солдатская, 8. Данную машину ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» может приобрести в рассрочку, выплатив задолженность за 6 месяцев; ежемесячный платеж будет составлять 21 505 руб. По данным предприятия-изготовителя, текущие затраты на содержание и эксплуатацию машины составляют 4 130 руб./год.

Сравнительная характеристика новой и уже имеющихся на ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» стиральных машин систематизирована в табл. 3.9.

Таблица 3.9 - Сравнительная характеристика стиральных машин

№	Наименование параметра	Л25-221 (1 ед.)	КП-114 (4 ед.)	КП-122 УХЛ 4 (4 ед.)
1	Максимальная загрузка барабана, кг.	30	5	5
2	Расход воды при полной загрузке, л/кг	27	32	34
3	Расход электроэнергии, кВт.*ч/кг	0,5	0,94	1
4	Средняя продолжительность цикла стирки, мин.	120	60	60
8	Отжим, об./мин.	остаточная влажность – 110%	300	300

Замене подлежит стиральная машина КП-122 УХЛ 4, поскольку расход воды и электроэнергии для стирки 1 кг белья у неё больше, чем у машины КП-114.

Следует уточнить, что фактическая загрузка белья в барабан уже установленных на ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» стиральных машин (КП-114 и КП-122 УХЛ 4) не превышает 4 кг, поскольку оборудование довольно старое (1978 г.в.), и мощности мотора не хватает для максимальной загрузки.

На основании данных табл. 3.9 можно сделать вывод, что машина Л25-221 превосходит стиральные машины ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» по всем параметрам потребления: удельный расход электроэнергии и воды для стирки 1 кг белья у новой машины меньше.

Исходные данные для сравнения новой и старых стиральных машин приведены в табл. 3.10.

Таблица 3.10 - Исходные данные для расчета дополнительных текущих затрат после замены одной стиральной машины

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Значение показателя	
1	2	3	4	
1	Оплата электроэнергии	руб./кВт*ч	2,37	
2	Оплата холодного водоснабжения	руб./м ³	6,95	
3	Расход воды:	м ³ /кг		
	- КП-114			0,032
	- КП-122 УХЛ 4			0,034
	- Л25-221		0,027	
4	Расход электроэнергии:	кВт*ч/кг		
	- КП-114			0,94
	- КП-122 УХЛ 4			1
	- Л25-221		0,5	
5	Количество циклов стирки в смену:	ед.		
	- КП-114			8
	- КП-122 УХЛ 4			8
	- Л25-221		4	
6	Средняя продолжительность цикла стирки и полоскания:	час.		
	- КП-114			1
	- КП-122 УХЛ 4			1
	- Л25-221 (вместе с отжимом)		2	
7	Количество стиральных машин до внедрения мероприятия:	ед.		
	- КП-114			4
	- КП-122 УХЛ 4			4
8	Количество стиральных машин после внедрения мероприятия:	ед.		
	- КП-114			4
	- КП-122 УХЛ 4			3
	- Л25-221		1	

В расчете на стирку 1 кг белья затраты на электроэнергию и водоснабжение составляют:

$$\text{КП-114: } Z_{\text{КОММ.}} = 0,94 * 2,37 + 0,032 * 6,95 = 2,45 \text{ руб.}$$

$$\text{КП-122 УХЛ 4: } Z_{\text{КОММ.}} = 1 * 2,37 + 0,034 * 6,95 = 2,61 \text{ руб.}$$

$$\text{Л25-221: } Z_{\text{КОММ.}} = 0,5 * 2,37 + 0,027 * 6,95 = 1,37 \text{ руб.}$$

Затраты на электроэнергию за 1 рабочую смену уже установленных и новой стиральных машин составляют:

$$\text{КП-114: } Z_{\text{эл.эн.}} = 0,94 * 4 * 1 * 2,37 * 8 = 71,29 \text{ руб.}$$

$$\text{КП-122 УХЛ 4: } Z_{\text{эл.эн.}} = 1 * 4 * 1 * 2,37 * 8 = 75,84 \text{ руб.}$$

$$\text{Л25-221: } Z_{\text{эл.эн.}} = 0,5 * 30 * 2 * 2,37 * 4 = 284,4 \text{ руб.}$$

Ранее совокупные затраты на электроэнергию ($Z_{\text{эл.эн. общ. 0}}$) для стиральных машин в 1 смену составляли:

$$Z_{\text{эл.эн. общ. 0}} = 71,29 * 4 + 75,84 * 4 = 588,52 \text{ руб.}$$

При замене оборудования совокупные затраты на электроэнергию ($Z_{\text{эл.эн. общ. 1}}$) для стиральных машин в смену составят:

$$Z_{\text{эл.эн. общ. 1}} = 71,29 * 4 + 75,84 * 3 + 284,4 = 797,08 \text{ руб.}$$

Затраты на холодное водоснабжение за 1 рабочую смену составляют:

$$\text{КП-114: } Z_{\text{х.вод.}} = 0,032 * 4 * 6,95 * 8 = 7,12 \text{ руб.}$$

$$\text{КП-122 УХЛ 4: } Z_{\text{х.вод.}} = 0,034 * 4 * 6,95 * 8 = 7,56 \text{ руб.}$$

$$\text{Л25-221: } Z_{\text{х.вод.}} = 0,027 * 30 * 6,95 * 4 = 22,52 \text{ руб.}$$

Совокупные затраты на водоснабжение ($Z_{\text{х.вод. общ. 0}}$ и $Z_{\text{х.вод. общ. 1}}$) стиральных машин в 1 смену до / после замены оборудования составляют:

$$Z_{\text{х.вод. общ. 0}} = 7,12 * 4 + 7,56 * 4 = 58,72 \text{ руб.}$$

$$Z_{\text{х.вод. общ. 1}} = 7,12 * 4 + 7,56 * 3 + 22,52 = 73,68 \text{ руб.}$$

Итого дополнительные текущие затраты на внедрение мероприятия равны:

$$Z_{\text{тек}} = ((797,08 - 588,52) + (73,68 - 58,72)) * 240 + 12\,902,9 + 4\,130 = 70\,677,7 \text{ руб.}$$

Значительно превосходящая максимальная загрузка барабана позволяет увеличить пропускную способность цеха стирки. Производительность одной уже установленной на предприятии машины составляет 32 кг/смену, следовательно, пропускная способность цеха была равна 256 кг/смену; производительность Л25-221 составляет 120 кг/смену, пропускная способность цеха увеличивается до 344 кг/смену. Таким образом, замена одной стиральной

машины позволяет повысить пропускную способность цеха на 34,38%, то есть на 88 кг/см.

В настоящий момент различными организациями с ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» заключено более 15 договоров на оказание услуг по химической чистке и стирке; увеличение количества договоров предприятие считает невозможным по причине полной загрузки стирального оборудования, то есть дополнительный приток заказов ограничен пропускной способностью цеха стирки. Увеличение этого показателя на 34,38% позволит ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» получить дополнительный объем реализации услуг по стирке в размере 2 728 руб./см., то есть 654 720 руб. в год (за 240 рабочих дней). Таким образом, плановый объем реализации услуг на 2016 г. составляет:

$$Op_{2016 \text{ г.}} = 16\,467\,000 + 654\,720 = 17\,121\,720 \text{ руб.}$$

$$B_{2016} = \frac{17\,121\,720}{20} = 856\,086 \text{ руб.}$$

$$\uparrow B_{2016/2015} = \frac{856\,086}{823\,000} \times 100 - 100 = 4,02\%$$

Для реализации мероприятия необходимы текущие затраты в размере 70,678 тыс.руб. и капитальные в размере 129,029 тыс.руб. В таблице 3.11 представлен расчет планируемой прибыли.

Таблица 3.11 – Прогнозирование прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» с учетом обновления стиральных машин

Наименование показателей	2015 г., тыс.руб.	Проект	Изменение	
			абсолютное, тыс.руб.	относительное, %
1	2	3	4	5
Объем реализации услуг	16467,00	17128,97	661,97	4,02
Переменные расходы	13174,00	13703,60	529,60	4,02
Постоянные расходы	3019,00	3019,00	-	-
Валовая прибыль	274,00	406,37	132,37	48,31
Коммерческие расходы	6,08	6,08	-	-
Прибыль от продаж	267,92	400,29	132,37	49,41

Продолжение таблицы 3.11

1	2	3	4	5
Прочие доходы	56,95	56,95	-	-
Прибыль до налогообложения	325,88	457,24	131,36	40,31
Налог на прибыль	65,00	91,45	26,45	40,69
Чистая прибыль	259,88	365,79	105,91	40,75

Переменные расходы увеличатся на 4,02 %, а постоянные останутся без изменения. Прибыль от продаж в результате внедрения мероприятия возрастет на 49,41 %, а чистая прибыль – на 40,75 %. Прирост чистой прибыли составляет 105,91 тыс.руб. Исходя из этого рассчитаем срок окупаемости капитальных затрат:

$$\text{Ток} = 129,029 / 105,910 = 1,22 \text{ года, или } 1 \text{ год } 3 \text{ месяца.}$$

Таким образом, предлагаемые мероприятия позволят повысить прибыль ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО». Все предполагаемые затраты (текущие и капитальные) полностью окупаются.

3.2. Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий

Сводный расчет планируемой прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» с учетом предлагаемых мероприятий представлен в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Планируемые показатели прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» с учетом реализации предлагаемых мероприятий

Наименование показателей	2015 г., тыс.руб.	Проект	Изменение	
			абсолютное, тыс.руб.	относительное, %
Объем реализации услуг	16467,00	17678,96	1211,96	7,36
Переменные расходы	13174,00	14143,60	969,60	7,36
Постоянные расходы	3019,00	3019,00	-	-
Валовая прибыль	274,00	516,36	242,36	88,45
Коммерческие расходы	6,08	6,08	-	-
Прибыль от продаж	267,92	510,28	242,36	90,46
Прочие доходы	56,95	56,95	-	-
Прибыль до налогообложения	325,88	567,23	241,35	74,06
Налог на прибыль	65,00	113,45	48,45	74,53
Чистая прибыль	259,88	453,78	193,90	74,61

По данным таблицы видно, что прибыль от продаж в результате внедрения мероприятий возрастет на 90,46 %, а чистая прибыль – на 74,06 %. Прирост чистой прибыли составляет 193,90 тыс.руб.

Планируемые показатели рентабельности представлены в таблице 3.13.

Таблица 3.13 - Планируемые показатели рентабельности деятельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО»

Показатель	2015 г.	Проект	Изменение
Рентабельность продаж, %	1,66	2,89	1,23
Рентабельность услуг, %	1,69	2,97	1,28
Рентабельность активов (по прибыли до налогообложения), %	3,35	5,83	2,48
Рентабельность активов (по чистой прибыли), %	2,85	4,98	2,13

По данным таблицы 3.13 видно, что в результате реализации мероприятий рентабельность продаж возрастет на 1,23 %; рентабельность услуг – на 1,28 %. Отмечается также рост показателей рентабельности активов.

Таким образом, в третьей главе работы в целях совершенствования методики планирования прибыли и повышения точности ее прогнозных значений в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» предлагается использование прогноза прибыли на основе факторной модели. Предлагаемая факторная модель обладает рядом преимуществ: может быть использована при сравнительно малой информационной базе; позволяет определить факторы, влияющие на изменение прибыли, и соответствующим образом на их воздействовать; на ее основе можно проверить достоверность расчета прибыли другими методами.

В целях повышения прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» рекомендовано:

1) создание салона самообслуживания на свободных площадях предприятия. Данное мероприятие позволит увеличить приток клиентов, а, следовательно, увеличить выручку от продаж. Проведенные расчеты показали высокую рентабельность предлагаемой услуги. Для обустройства салона необходимо приобретение в кредит шести стиральных машин разной загрузки,

трех сушильных барабанов, трех гладильных досок с утюгами, семи стульев для клиентов и трех стеллажа;

2) в целях повышения выручки от оказания услуг и снижения их себестоимости предлагается обновление парка оборудования. В ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» большая часть заказов поступает от различных предприятий и организаций; объем каждого такого заказа, как правило, превышает 200 кг. В то же время стиральные машины, установленные на ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО», имеют относительно небольшую максимальную загрузку барабана (4 кг.) Это позволяет сохранять индивидуальность стирки изделий, поступивших от населения, однако негативно отражается на себестоимости стирки изделий, поступивших от юридических лиц. В связи с этим предлагается закупить более производительной профессиональной стиральной машины с максимальной загрузкой барабана 30 кг («Вязьма Л25-221»).

Проведенные расчеты показали, что прибыль от продаж в результате внедрения мероприятий возрастет на 90,46 %, а чистая прибыль – на 74,06 %. В результате реализации мероприятий рентабельность продаж возрастет на 1,23 %; рентабельность услуг – на 1,28 %. Отмечается также рост показателей рентабельности активов.

Таким образом, целесообразность представленных в бакалаврской работе мероприятий по повышению прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» подтверждена проведенными расчетами.

Заключение

В первой главе бакалаврской работы проведено исследование теоретических основ анализа прибыли и рентабельности предприятия.

Прибыль как экономическая категория представляет собой распределительную форму чистого дохода общества, созданного в сфере материального производства в результате соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов). На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений часть распределённого чистого дохода также принимает форму прибыли. Продавая на рынке свою продукцию (товары, работы, услуги), предприятия получают денежную выручку, включающую в себя прибыль. Величина прибыли зависит от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования.

Показатели рентабельности играют главную роль в системе экономических показателей организации, а также имеют большое значение для оценки эффективности хозяйственной деятельности каждого предприятия. Они характеризуют доходность различных направлений деятельности и окупаемость затрат. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величины показывают соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами. Показатели рентабельности используют для оценки деятельности предприятия и как инструмент инвестиционной деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании. Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп: показатели, характеризующие окупаемость издержек производства и инвестиционных процессов; показатели, характеризующие рентабельность продаж; показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Анализ показателей прибыли и рентабельности позволяет выявить проблемы обеспечения эффективной деятельности предприятия и разработать мероприятия, направленные на их решение.

Основным источником информации для проведения анализа прибыли и рентабельности предприятия является финансовая (бухгалтерская) отчетность.

Во второй главе бакалаврской работы проведен анализа прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» в 2013-2015 гг.

Деятельность ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2013-2015 гг. была прибыльной. Однако, прибыль от реализации услуг в 2015 году существенно ниже показателей 2013 г (на 41,83 %) и 2014 г. (на 24,10 %). Это объясняется, прежде всего, резким снижением объема реализации в 2015г. к 2013г., а также превышением темпа роста полной себестоимости (6,98%) над темпом роста объема реализации (7,90%) за 2015г. к 2013г.

В 2014 г. произошло существенное снижение объема реализации услуг – на 25,15%. В 2015 г. предприятие увеличило объемы реализации услуг, превысив показатель 2014 г. на 23,03%. Однако объемы реализации 2013 г. предприятию достигнуть не удалось (объем реализации в 2015 г. ниже показателя 2013 г. на 7,90%).

Предприятие работает неритмично, неравномерно. Упущенные возможности предприятия по оказанию услуг в связи с неритмичной работой составили в 2014 г. 18 915,676 тыс. руб., а в 2015 г. - 15 472,572 тыс. руб.

В 2013 году изменения наибольшего объема услуг от наименьшего составляло 76,37 %, в 2014 году – 59,72 %, в 2015 году – 58,36 %. При этом можно отметить снижение влияния сезонных колебаний на деятельность предприятия.

Рассчитанные показатели рентабельности позволяют судить об ухудшении ситуации в 2015 г. по сравнению с 2013 и 2014 гг., так как произошло снижение уровня рентабельности реализации, услуг. На предприятии имеет место тенденция роста брака, что вызывает снижение прибыли и рентабельности.

В третьей главе работы в целях совершенствования методики планирования прибыли и повышения точности ее прогнозных значений в ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» предлагается использование прогноза прибыли

на основе факторной модели. Предлагаемая факторная модель обладает рядом преимуществ: может быть использована при сравнительно малой информационной базе; позволяет определить факторы, влияющие на изменение прибыли, и соответствующим образом на их воздействовать; на ее основе можно проверить достоверность расчета прибыли другими методами.

В целях повышения прибыли ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» рекомендовано:

1) создание салона самообслуживания на свободных площадях предприятия. Данное мероприятие позволит увеличить приток клиентов, а, следовательно, увеличить выручку от продаж. Проведенные расчеты показали высокую рентабельность предлагаемой услуги. Для обустройства салона необходимо приобретение в кредит шести стиральных машин разной загрузки, трех сушильных барабанов, трех гладильных досок с утюгами, семи стульев для клиентов и трех стеллажа;

2) в целях повышения выручки от оказания услуг и снижения их себестоимости предлагается обновление парка оборудования. В ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» большая часть заказов поступает от различных предприятий и организаций; объем каждого такого заказа, как правило, превышает 200 кг. В то же время стиральные машины, установленные на ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО», имеют относительно небольшую максимальную загрузку барабана (4 кг.) Это позволяет сохранять индивидуальность стирки изделий, поступивших от населения, однако негативно отражается на себестоимости стирки изделий, поступивших от юридических лиц. В связи с этим предлагается закупить более производительной профессиональной стиральной машины с максимальной загрузкой барабана 30 кг («Вязьма Л25-221»).

Проведенные расчеты показали, что прибыль от продаж в результате внедрения мероприятий возрастет на 90,46 %, а чистая прибыль – на 74,06 %. В результате реализации мероприятий рентабельность продаж возрастет на 1,23

%; рентабельность услуг – на 1,28 %. Отмечается также рост показателей рентабельности активов.

Целесообразность представленных в бакалаврской работе мероприятий по повышению прибыли и рентабельности ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» подтверждена проведенными расчетами.

Список использованной литературы

1. Конституция Российской Федерации // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
3. Налоговый кодекс Российской Федерации // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
4. Федеральный закон № 208-ФЗ от 26.12.1995г. «Об акционерных обществах» (ОБ АО) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
5. Федеральный закон № 127-ФЗ от 26.10.2002г. «О несостоятельности (банкротстве)» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
6. Алгоритм оценки рентабельности предприятия Петрушков И.В. Вестник Астраханского государственного технического университета . 2013. № 8. С. 268.
7. Анализ показателей прибыльности и рентабельности предприятия Сапрыкин Г.А. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 12. С. 216-220.
8. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия Колыванов С.Ю. Российский академический журнал. 2015. Т. 24. № 2. С. 5-9.
9. Анализ показателей экономической эффективности деятельности предприятия Бастрыкин П.Н. Финансовая жизнь. 2013. № 1. С. 66-70.
10. Анализ прибыльности и рентабельности организации: теория и сфера применения Воропаев В.П. Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2014. № 1. С. 234-237.
11. Аналитическое обоснование методических алгоритмов расчета показателей прибыльности и рентабельности организации Тишмаков П.И. Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. 2015. № 2. С. 57-61.

12. Бариленко В.И., Плотникова Л.К., Кузнецов С.И., Скачкова Р.В., Плотникова В.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Издательство «Омега-Л», 2013. – 414 с.
13. Внешние факторы влияния на финансовую устойчивость организации Пихтарёва А.В. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 2. С. 158-161.
14. Войтоловский Н.В., Калинина А.П. Комплексный экономический анализ предприятия. – СПб.: Питер, 2014. – 256 с.
15. Герасимов Б.И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, С.П. Спиридонов, Н.И. Саталкина. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2015. – 160 с.
16. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: учебник. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Изд-во: «Дело и сервис», 2014. – 368 с.
17. Когденко В.Г. Экономический анализ. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 399 с.
18. Любушин Н.П. Экономический анализ. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 575 с.
19. Медведева О.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия: учебник. - Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 343 с.
20. Методические подходы к анализу рентабельности Петров А.А., Зойкина И.П. Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2014. Т. 4. С. 27-32.
21. Моделирование основных параметров безубыточной деятельности предприятия Вихляев В.В. Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2014. № 10. С. 73-77.
22. Несостоятельность, платежеспособность и финансовая устойчивость Мочалова Л.А., Сабельфельд Т.В. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2015. № 1. С. 97-102.

23. Относительные показатели рентабельности при оценке финансовой устойчивости организации Жидкова Е.А., Перемитина Н.Ю. Техника и технология пищевых производств. 2013. № 4 (31). С. 138-142.
24. Оценка финансовых результатов деятельности организации Кощев В.Л., Ежом М.Л. Вестник Ижевской государственной сельскохозяйственной академии. 2013. № 4. С. 97-99.
25. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность компании Роженцова И.А., Решетникова А.И. Аудиторские ведомости. 2014. № 3. С. 83-88.
26. Beaulieu J.J., Matthey J. The workweek of capital and capital utilization in manufacturing. Journal of Productivity Analysis. 2014. Т. 10. № 2. С. 199-223.
27. Carter D.A., Sinkey Jr. J.F. The use of interest rate derivatives by end-users: the case of large community banks. Journal of Financial Services Research. 2013. Т. 14. № 1. С. 17-34.
28. Jud G.D., Winkler D.T. The earnings of real estate salespersons and others in the financial services industry. The Journal of Real Estate Finance and Economics. 2014. Т. 17. № 3. С. 279-291.
29. Karolyi G.A., Sanders A.B. The variation of economic risk premiums in real estate returns. The Journal of Real Estate Finance and Economics. 2013. Т. 17. № 3. С. 245-262.
30. Solomatine D.P. Two strategies of adaptive cluster covering with descent and their comparison to other algorithms. Journal of Global Optimization. 2013. Т. 14. № 1. С. 55-78.

Данные отчета о финансовых результатах
 ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2014 и 2013гг (в тыс. руб.)

Наименование показателя	За <u>январь-декабрь</u> 20 <u>14</u> г.	За <u>январь-декабрь</u> 20 <u>13</u> г.
Выручка	12485	16389
Себестоимость продаж	(12148)	(15957)
Валовая прибыль (убыток)	337	431
Коммерческие расходы	(6)	(3)
Управленческие расходы	(0)	(0)
Прибыль (убыток) от продаж	331	428
Доходы от участия в других организациях		
Проценты к получению		
Проценты к уплате	()	()
Прочие доходы		
Прочие расходы	()	()
Прибыль (убыток) до налогообложения	331	428
Текущий налог на прибыль	(66)	(86)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
Изменение отложенных налоговых обязательств		
Изменение отложенных налоговых активов		
Прочее		
Чистая прибыль (убыток)	265	342

Приложение Б

Данные отчета о финансовых результатах
 ООО КОМПАНИЯ «ХИМКО» за 2015 и 2014гг (в тыс. руб.)

Наименование показателя	За <u>январь-декабрь</u> 20 <u>15</u> г.	За <u>январь-декабрь</u> 20 <u>14</u> г.
Выручка	16467	12485
Себестоимость продаж	(16193)	(12148)
Валовая прибыль (убыток)	274	337
Коммерческие расходы	(6)	(6)
Управленческие расходы	(0)	(0)
Прибыль (убыток) от продаж	268	331
Доходы от участия в других организациях		
Проценты к получению		
Проценты к уплате	()	()
Прочие доходы	57	
Прочие расходы	()	()
Прибыль (убыток) до налогообложения	325	331
Текущий налог на прибыль	(65)	(66)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
Изменение отложенных налоговых обязательств		
Изменение отложенных налоговых активов		
Прочее		
Чистая прибыль (убыток)	260	265