

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

Департамент магистратуры (бизнес-программ)

(наименование)

38.04.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Бизнес-аналитика

(направленность(профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему: «Вариативность оценки финансовых результатов и использования
прибыли предприятия»

Студент

Ю.О. Бузина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Научный
руководитель

кандидат экономических наук, доцент Я.С. Митрофанова

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



Тольятти 2021



Росдистант

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННО

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические основы оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия.....	9
1.1 Понятие и экономическое содержание финансового результата предприятия.....	9
1.2 Варианты оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия.....	14
1.3 Мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов деятельности предприятия.....	26
2 Анализ и оценка финансовых результатов и использования прибыли предприятия	33
2.1 Общая характеристика предприятий ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес».....	33
2.2 Анализ деятельности предприятий в отрасли производства и продажи мебельной фурнитуры	42
2.3 Анализ прибыли от продаж и показателей рентабельности ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес»	58
3 Направления совершенствования оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия.....	78
3.1 Разработка мероприятий по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли компании в области производства и продажи мебели	78
3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий для предприятий по производству и продаже мебели	89
Заключение	101
Список используемых источников.....	106
Приложение А Основные направления анализа финансовых результатов деятельности предприятия	112

Приложение Б Основные факторы роста прибыли предприятия.....	113
Приложение В Основные направления анализа финансовых результатов деятельности предприятия.....	114
Приложение Г Организационные структуры компаний.....	115
Приложение Д Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО«Макберри».....	117
Приложение Е Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО«Маркес».....	118
Приложение Ж Динамика различных видов прибыли ООО «Маркес».....	119
Приложение И Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Макберри».....	120
Приложение К Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Маркес».....	121
Приложение Л Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Макберри».....	122
Приложение М Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Маркес».....	123
Приложение Н Финансовая отчетность ООО «Мартиком».....	124
Приложение П Финансовая отчетность ООО «Макберри».....	126
Приложение Р Финансовая отчетность ООО «Маркес».....	128

Введение

В рыночной экономике функционирование хозяйствующего субъекта возможно при условии достижения положительных финансовых результатов, которые выступают в качестве показателей значимости организации в народном хозяйстве. Для любого хозяйствующего субъекта получение именно положительного финансового результата выражает признание рынком эффективности его деятельности и получение результата от реализации продукции, работ, услуг.

Анализ финансовых результатов в рыночной экономике выступает важнейшей частью информационного обеспечения предприятия для принятия управленческих решений. Такие субъекты рыночных отношений как акционеры, собственники, инвесторы, покупатели и поставщики, банки, аудиторы заинтересованы в получении подробной информации о финансовом состоянии предприятия. Основными показателями анализа финансовых результатов хозяйствующей деятельности выступают прибыль и рентабельность предприятия. Анализ отчетности имеет множество вариантов, обусловленных аргументацией различных процедур, абсолютных показателей, коэффициентов, отражающих экономический потенциал предприятия. Чем точнее и достовернее оценивается один показатель, тем менее достоверную оценку получает другой.

Оценка финансовых результатов и использования прибыли предприятия дает возможность реализовать стратегические задачи, поддерживать оптимальную структуру, а также развивать производственный потенциал предприятия, который положительным образом сказывается на эффективности функционирования хозяйствующего субъекта.

Актуальность выбранной для исследования темы обусловлена тем, что с помощью оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия можно выявить его финансовые возможности, своевременно устранить негативные тенденции развития хозяйствующего субъекта, создать

резервы повышения эффективности производства, а также разработать мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов деятельности предприятия.

Объектом исследования магистерской диссертации выступают деятельности предприятий, основными видами функционирования которых являются производство и продажа мебельной фурнитуры (ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Студия Маркес»).

Предметом исследования магистерской диссертации выступает механизм вариантов оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятий (ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Студия Маркес»).

Целью исследования является разработка рекомендаций по улучшению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли предприятий.

Гипотеза исследования состоит в том, что если осуществить детализацию анализа финансовых результатов и использования прибыли предприятия в области производства и продажи мебели с дальнейшим использованием в деятельность организации, то предприятие будет иметь возможность своевременно находить слабые стороны функционирования деятельности и разрабатывать мероприятия по их устранению.

Для осуществления поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить понятие и экономическое содержание финансового результата предприятия;
- рассмотреть варианты оценки финансовых результатов предприятия;
- описать алгоритм оценки финансовых результатов и использования прибыли хозяйствующего субъекта;
- провести анализ деятельности предприятий в отрасли производства и продажи мебельной фурнитуры;
- рассмотреть мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов деятельности предприятий;

- проанализировать структуру и динамику прибыли предприятий;
- провести анализ прибыли от продаж и показателей рентабельности предприятий;
- выявить пути увеличения прибыли предприятий;
- оценить эффективность предложенных для ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Студия Маркес» мероприятий по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли хозяйственной деятельности.

Теоретические основы научного исследования проблемы оценки финансовых результатов и использования прибыли были заложены в трудах отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Для написания магистерской диссертации использовались законодательные акты, нормативные документы, статистические материалы, официальные отчеты, методическая, научная и учебная литература, статьи периодического издания, а также интернет ресурсы.

Базовыми для настоящего исследования выступали данные бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» за 2017-2019 гг., а также данные официальных сайтов анализируемых предприятий.

В работе были использованы такие методы исследования как: горизонтальный, вертикальный, коэффициентный, факторный, прогнозный, сравнительный, а также ABC и XYZ анализ. Прогнозирование финансовой отчетности осуществлялось с использованием программного продукта «Альт-финансы».

Научная новизна магистерской диссертации заключается в системном совершенствовании оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия по производству и продаже мебели, основанном на вариативности, состоящем в разработке теоретических аспектов и практических рекомендаций, направленных на повышение финансовой эффективности и результативности компаний данной сферы.

Научная новизна исследования отражена в следующих результатах:

- сформулировано и уточнено понятие финансового результата предприятий по производству и продаже мебели, который представляет собой базовую экономическую категорию, характеризующую финансовое положение предприятия по производству и продаже мебели в определенный период времени в положительном или отрицательном ключе;

- изучены факторы, отрицательно влияющие на функционирование компаний в отрасли производства и продажи мебели, в состав которых входят: зависимость хозяйственной деятельности от ценовой политики древесины, пиломатериалов, а также тарифов деревообрабатывающего оборудования и транспортных расходов; соотношения результатов деятельности предприятия от состояния мирового рынка; импортная политика зарубежных государств; валютные риски;

- сформированы направления по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли компании в области производства и продажи мебели, основанные на: внедрении автоматизированной системы финансового планирования, ускорении оборота активов за счет эффективного управления дебиторской задолженностью, сокращении издержек сырья на единицу готовой продукции, снижении коммерческих затрат, увеличение объемов продаж на российском мебельном рынке.

Теоретическая значимость исследования заключается в: развитии теоретических подходов к оценке финансовых результатов и использования прибыли предприятия.

Практическая значимость исследования состоит в том, что ее выводы и рекомендации ориентированы на широкое использование участниками экономических отношений и могут быть использованы в деловой практике предприятий по производству и продаже мебели Московской области.

Личное участие автора в организации и проведении исследования состоит в постановке цели и задач исследования, сборе и обработке информации по теме исследования. На основании полученных данных

автором были сделаны соответствующие выводы и предложены практические мероприятия.

Апробация результатов исследования заложена в опубликованной статье на тему «Принятие управленческих решений на основе вариативности финансовых результатов компании» (2021). Международная научная конференция «Молодой ученый», 2021 г. Город. Москва, объем 0,1 п.л., соавторов нет. Были просчитаны положительные финансовые моменты компаний, после введения нового проекта в деятельность хозяйствующих субъектов.

На защиту выносятся:

- сформулирована авторское понятие финансового результата применительно к предприятиям по производству и продаже мебели;
- разработана система факторов, отрицательно влияющие на функционирование компаний в отрасли производства и продажи мебели;
- сформулированы рекомендации по улучшению показателей прибыли и рентабельности компаний в области производства и продажи мебели.

Структура магистерской диссертационной работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, 14 приложений, 11 таблиц и 14 рисунков. Объем работы – 129 машинописных страниц.

1 Теоретические основы оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия

1.1 Понятие и экономическое содержание финансового результата предприятия

Финансовый результат деятельности предприятия выступает в качестве показателя значимости организации в народном хозяйстве. В рыночных условиях в интересах любого хозяйствующего субъекта стоит получение положительного финансового результата от хозяйственной деятельности, так как благодаря его величине предприятие способно расширить свою мощность, а также выплатить дивиденды акционерам и т.д.

Ведущие экономисты в области финансового менеджмента особое место уделяют вопросам, касающимся финансовых результатов деятельности предприятия. Однако к рассмотрению экономического содержания понятия финансового результата подходят с разной степенью детализации.

Г.В. Савицкая утверждает, что «финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются приростом суммы собственного капитала (чистых активов), базовым источником которого является прибыль от основной, инвестиционной и финансовой деятельности» [46, с. 190]. Прибыль, по мнению автора, «это часть добавленной стоимости, которую непосредственно получают предприятия после реализации продукции как вознаграждение за вложенный капитал и риск предпринимательской деятельности» [46, с. 250].

Так, О.В. Ефимова считает, что финансовый результат хозяйствующего субъекта есть ничто иное как прибыль (убыток) предприятия. Но также говорит о том, «что действительно конечный результат тот, правом распоряжаться которым, обладают собственники, и в мировой практике под ним подразумевается прирост чистых активов» [25, с. 215].

Автор Н.А. Толкачева в своих трудах представляет финансовый результат предприятия как увеличение или снижение величины собственного

капитала предприятия в процессе его хозяйственной деятельности, рассматриваемый за отчетный период. Определение, предложенное Н.А. Толкачевой, является достаточно полным, так как в нем определяется форма финансового результата, отмечаются временные рамки, как оценки, так и формирования финансового результата, а также представляется количественный показатель финансовой деятельности предприятия.

В свою очередь И.А. Бланк, «рассматривая финансовые механизмы формирования операционной прибыли, характеризует балансовую прибыль как один из важнейших результатов финансовой деятельности предприятия» [16, с. 124]. Балансовая прибыль предприятия, по мнению автора, состоит из суммы прибылей от реализации имущества и продукции, а также прибыли от прочих операций.

В финансово-кредитном энциклопедическом словаре представлено следующее понятие: «финансовый результат предприятия – это выраженные в денежной форме экономические итоги хозяйственной деятельности коммерческих организаций всех форм собственности в целом и в разрезе подразделений» [21, с. 372].

Обобщив понятия финансового результата хозяйствующего субъекта, предложенные такими авторами как Г.В. Савицкой, О.В. Ефимовой, Н.А. Толкачевой, И.А. Бланком, финансовый результат предприятия представляет собой обобщенный показатель, касающийся анализа и оценки результативности деятельности организации на конкретных этапах её формирования.

Для любого хозяйствующего субъекта получение положительного финансового результата выражает признание рынком эффективности его деятельности или же получение результата от реализации продукции, работ, услуг.

Конечный финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта в отчетном году с точки зрения бухгалтерского учета определяется показателем прибыли (убытка), который формируется на счете 99 «Прибыли

и убытки» и указывается в финансовой отчетности организации. Для собственников и инвесторов конечным финансовым результатом является часть распределенной прибыли после налогообложения [42].

Положительный финансовый результат, названный прибылью от продаж, образуется при превышении выручки от продаж над налоговыми затратами. Обратная ситуация указывает на убыток предприятия от продаж. Поэтому конечным финансовым результатом от продаж признается величина прибыли или убытка, которая может быть получена в результате дохода от продаж и снижена на сумму налоговых затрат, а также расходов, связанных с выпуском продукции.

Конечный финансовый результат от обычной деятельности хозяйствующего субъекта, который может быть увеличен или уменьшен на saldo чрезвычайных доходов и расходов, создает нераспределенную прибыль, формированием величины которой и заканчивается финансовый год организации [55].

Так, в зависимости от интересов пользователей финансовый результат хозяйствующего субъекта можно разделить на следующие виды:

- финансовый результат деятельности предприятия представляет собой комплексное понятие, отражающее конечный результат финансовой деятельности организации в виде прибыли и совместный результат коммерческой и производственной деятельности хозяйствующего субъекта в виде выручки от продаж;

- конечным финансовым результатом предприятия считается разность доходов и расходов деятельности организации в целом, а также её различных видов деятельности;

- чистый конечный финансовый результат представляет собой эффективность финансовой деятельности предприятия, который может быть очищен от изъятий ради выгоды бюджета (налог на прибыль) и собственников (дивиденды).

Итоговым финансовым результатом хозяйствующего субъекта признается прибыль или убыток предприятия. Определение прибыли как финансового результата организации выражает конкретный тип реализации экономических отношений, которые формируются в некоторой экономической системе и реализовываются через хозяйственный механизм, созданный в ней. Данный тип осуществления экономических отношений выступает по поводу образования, использования и распределения части стоимости прибавочного продукта, выраженного в денежном эквиваленте.

С помощью такого подхода можно разделить понятия прибыли как финансового результата предприятия и прибыли как экономической категории.

Прибыль как финансовый результат формируется на основе валовой, налогооблагаемой, а также чистой прибыли.

Формирование финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия основано на определенной методике, конечной целью которой является определение величины валовой прибыли (убытка), а также ее производных, в состав которых входят налогооблагаемая, чистая и нераспределенная прибыль [24].

Чистый доход, который входит в состав отраслей материального производства в процессе осуществления хозяйственной деятельности, отражает прибыль как экономическую категорию. Готовая продукция, ставшая товаром при условии ее реализации, выступает результатом объединения факторов производства и полезной производительной деятельности предприятия.

Эффективность хозяйственной деятельности предприятия также можно выразить с помощью экономической категории рентабельности. С помощью рентабельности оценивается эффективность управления организации. Показатели рентабельности более точно и полно характеризуют конечные результаты хозяйственной деятельности, чем показатели прибыли, так как

величина рентабельности указывает на соотношение эффекта с использованными или наличными ресурсами.

Как уровень рентабельности, так и уровень прибыли характеризует все стороны предпринимательской деятельности предприятия. Показатели рентабельности, выраженные в коэффициентах или процентах, показывают, какую долю прибыли может получить хозяйствующий субъект с каждой денежной единицы затрат [20].

Рентабельность выступает как результат прибыльности и доходности предприятия, это говорит о том, что получение прибыли позволяет говорить об эффективной деятельности хозяйствующего субъекта. Но, несмотря на это, величина прибыли не позволяет полностью оценить эффективность деятельности предприятия, для этого необходимо определить относительные показатели рентабельности, которые выступают как отношение полученной прибыли к авансированным и затраченным средствам предприятия.

Именно получение высокого уровня доходности и прибыли в большей степени зависит от рациональных управленческих решений, принимаемых на предприятии.

Таким образом, финансовый результат хозяйствующего субъекта – это обобщенный показатель анализа и оценки эффективности деятельности организации на конкретных стадиях её формирования, который складывается из стоимости собственного капитала за счет чистой прибыли предприятия. Рассматривая понятие и экономическое содержание финансового результата предприятия, можно сделать вывод о том, что именно показатели прибыли и рентабельности и характеризуют финансовый результат, а также эффективность деятельности любой организации.

1.2 Варианты оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия

Анализ финансовых результатов в рыночной экономике выступает важнейшей частью информационного обеспечения предприятия для принятия управленческих решений. Такие субъекты рыночных отношений как акционеры, собственники, инвесторы, покупатели и поставщики, банки, аудиторы заинтересованы в получении подробной информации о финансовом состоянии предприятия [37].

Можно отметить следующие основные задачи анализа финансовых результатов хозяйствующего субъекта:

- рассмотрение возможностей получения прибыли предприятия согласно конъюнктуре рынка, а также ресурсному потенциалу компании;
- постоянный контроль формирования прибыли предприятия и изменения её в динамике;
- выявление внутренних и внешних факторов, влияющих на финансовые результаты хозяйствующего субъекта;
- оценка качества предприятия;
- определение резервов как увеличения уровня доходности компании, так и повышение суммы прибыли предприятия;
- оценка уровня работы компании по внедрению возможностей увеличения рентабельности и прибыли;
- разработка мероприятий, направленных на повышение эффективной системы управления прибыли компании.

В наше время проблема оценки финансовых результатов и ее вариативности волнует многих ведущих экономистов, но в тоже время является одной из самой неоднозначной и не до конца изученной методикой.

Анализ научной литературы показал, что существует несколько вариантов оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятий, представим их схематично на рисунке 1.

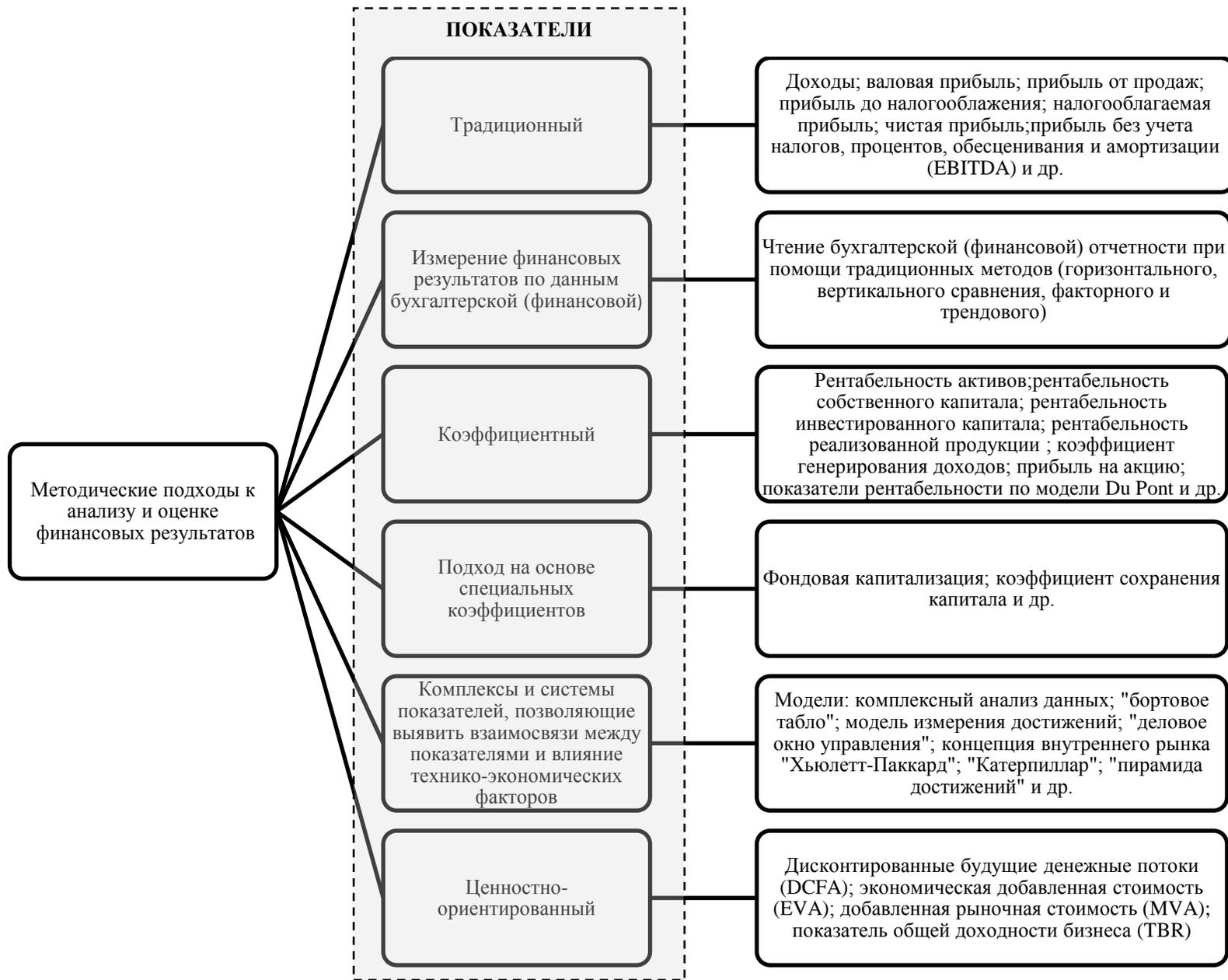


Рисунок 1 – Варианты оценки финансовых результатов предприятия

Положительно оценивая результаты, рассмотренные экономистами, нужно заметить, что большое количество авторов представляют только отдельные аспекты экономического содержания финансовых результатов и вариантов к их аналитическому изучению, но не выносят на рассмотрение научно обоснованные рекомендации по оценке финансовых результатов хозяйствующей деятельности коммерческих предприятий. Отсюда следует, что в наше время недостаточно раскрыт потенциал вариантов и алгоритмов оценки финансовых результатов компаний, а также не существует целостного подхода к их выбору как в науке, так и в практике.

Можно согласиться с мнением И.В. Кобелевой и Н.С. Ивашиной, и отметить, что приоритетными вариантами оценки финансовых результатов выступают традиционные методы такие как, горизонтальный, вертикальный, факторный, трендовый анализ финансовых результатов по данным бухгалтерской и финансовой отчетности, а также коэффициентные методы, которые основываются на вычислении различных показателей рентабельности.

При анализе прибыли предприятия основными источниками информации выступают данные бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах компании, а также данные статистической финансовой отчетности. С помощью построения и информационной емкости данных форм финансовой отчетности можно ознакомиться с формированием финансовых результатов предприятия, а также количественно измерить влияние основных факторов.

«Оценка финансовых результатов хозяйствующего субъекта представляет собой изменение величины его собственного капитала за отчетный период в соответствии с произведенными затратами на это изменение. Система показателей финансовых результатов предприятия включает абсолютные показатели, к которым можно отнести прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) отчетного периода, прибыль (убыток) от финансово-хозяйственной деятельности, а также нераспределенную

прибыль предприятия, и относительные показатели эффективности компании, в состав которых входят показатели общей рентабельности» [13, с. 263].

С помощью факторного анализа абсолютных и относительных показателей эффективности хозяйствования можно определить соотношение затрат, объема производства и прибыли предприятия, которые дают возможность определить как зону безопасности компании (запас финансовой прочности), так и безубыточность объема продаж (порог рентабельности).

И.В. Кобелева и Н.С. Ивашина отмечают основные направления анализа финансовых результатов хозяйствующего субъекта (рисунок А.1)

Анализ финансовых результатов следует начинать с исследования динамики и структуры общей прибыли предприятия, при оценке которой проводят вертикальный и горизонтальный анализ на основе данных, взятых из отчета о финансовых результатах.

Цель осуществления горизонтального анализа заключается в выявлении как абсолютных, так и относительных изменений показателей прибыли в отчетном периоде по сравнению с предшествующим периодом [24].

Большое значение при проведении анализа общей прибыли имеет вертикальный анализ, суть которого заключается в изучении структуры прибыли предприятия. Целью такого анализа является расчет удельного веса отдельных статей отчета о финансовых результатах по отношению к выручке предприятия и оценка его изменений. В процессе проведения вертикального анализа прибыли определяется, на основе каких доходов в большей или меньшей степени формируется прибыль предприятия. Более детальный анализ финансовых результатов хозяйствующего субъекта заключается в рассмотрении каждого элемента прибыли, а также факторов на неё повлиявших.

Отчет о финансовых результатах при анализе динамики показателей прибыли дополняют показателями темпа роста и прироста. Оптимальным

является следующее соотношение темпов роста («золотое правило экономики»):

$$Tr_{чп} > Tr_B > Tr_A > 100\%, \quad (1)$$

где $Tr_{чп}$ - темп роста чистой прибыли;

Tr_B - темп роста выручки;

Tr_A - темп роста активов.

При котором:

$Tr_{чп} > Tr_B$ - означает повышение рентабельности;

$Tr_B > Tr_A$ - показывает ускорение оборачиваемости активов;

$Tr_{чп} > Tr_A$ - указывает на повышение рентабельности активов.

Следующим направлением анализа финансовых результатов предприятия, по мнению И.В. Кобелевой и Н.С. Ивашиной, выступает факторный анализ прибыли от продаж, который заключается в расчете влияния внутренних факторов второго порядка на сумму прибыли. «Прибыль от продаж в общем случае находится под воздействием таких внутренних факторов, как изменение объема реализации, структуры продукции, отпускных цен на реализованную продукцию, цен на сырье и материалы, топливо и т.д» [30, с. 115].

Факторный анализ прибыли от продаж необходимо начинать с определения изменения величины прибыли предприятия в абсолютном выражении:

$$\Delta P = P_1 - P_0, \quad (2)$$

где P_0 и P_1 – величина прибыли в базовом периоде и в отчетном соответственно.

Методика, на основе которой можно оценить влияние факторов на изменение прибыли предприятия, включает несколько этапов (рисунок 2).

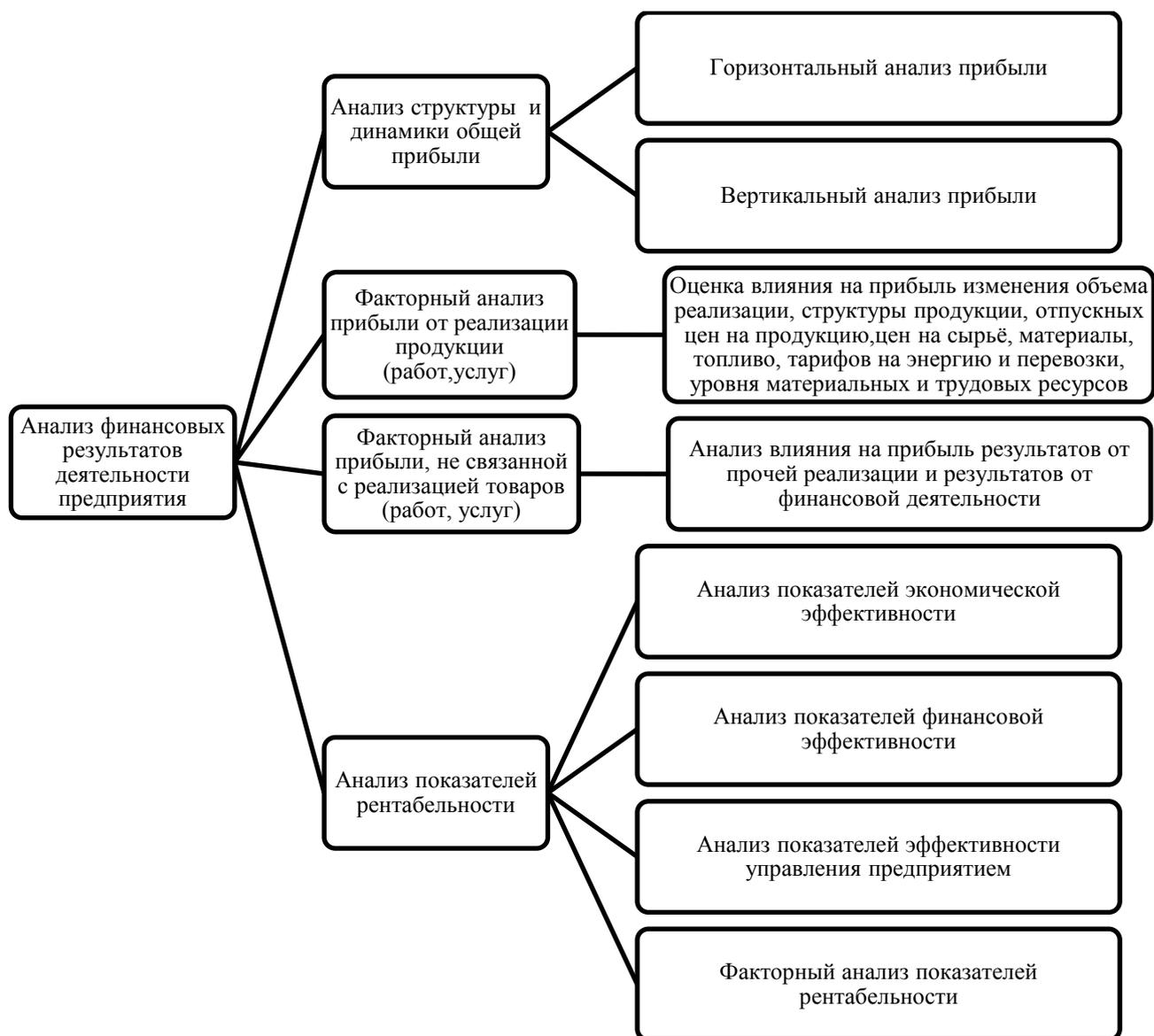


Рисунок 2 – Анализ финансовых результатов деятельности предприятий

1. Определение влияния на прибыль отпускных цен на реализованную продукцию:

$$P_1 = N_{P_1} - N_{P_{1,0}} = q_1 p_0, \quad (3)$$

где N_{P_1} - фактическая выручка от продаж продукции;

$N_{P_{1,0}}$ - фактическая выручка в ценах предшествующего периода;

q_1 - фактический объем продукции в натуральных единицах измерения;

p_0 - базовая цена единицы продукции.

2. Определение влияния на прибыль изменений в общем объеме продукции:

$$P_2 = P_0 K_1 - P_0 = P_0 (K_1 - 1), \quad (4)$$

где P_0 - прибыль предыдущего периода;

K_1 – коэффициент изменения объема выпуска продукции:

$$K_1 = \frac{S_{1,0}}{S_0}, \quad (5)$$

где $S_{1,0} = z_0 q_1$ – базисная себестоимость, пересчитанная на фактический объем продаж;

$S_0 = z_0 q_0$ - себестоимость базисного периода;

z_0 - базисная себестоимость единицы продукции;

q_0 - базисный объем продукции в натуральных единицах измерения.

3. Определение влияния на прибыль изменений в объеме продукции, обусловленных изменениями её структуры:

$$\Delta P_3 = P_0 (K_2 - K_1), \quad (6)$$

где K_2 - коэффициент роста объема продаж в оценке по отпускным ценам:

$$K_2 = \frac{N_{P_{1,0}}}{N_{P_0}}, \quad (7)$$

где N_{P_0} - выручка от продаж базового периода;

$N_{P_{1,0}}$ - фактическая выручка в ценах предшествующего периода.

4. Определение влияния на прибыль экономии, вызванной общим изменением себестоимости продукции:

$$\Delta P_4 = S_{1,0} - S_1, \quad (8)$$

где $S_{1,0} = z_0 q_1$ – базисная себестоимость, пересчитанная на фактический объем продаж;

$S_0 = z_0 q_0$ – базисная себестоимость предприятия.

5. Определение влияния на прибыль изменений себестоимости за счет структурных сдвигов в составе продукции:

$$\Delta P_5 = S_0 * K_2 - S_{1,0}, \quad (9)$$

где $S_0 = z_0 q_0$ – себестоимость базисного периода;

z_0 – базисная себестоимость единицы продукции;

q_0 – базисный объем продукции в натуральных единицах измерения;

K_2 – коэффициент роста объема продаж в оценке по отпускным ценам.

6. Определение влияния на прибыль изменения цен на материалы, тарифов, тарифных ставок оплаты труда и т.д. Для того, чтобы рассчитать данное влияние необходимо ценовую разницу между отчетным и базисным периодом всех видов ресурсов умножить на фактический объем продукции в натуральном выражении.

7. Определение влияния на прибыль экономии, вызванной нарушением хозяйственной дисциплины. Расчет влияния устанавливается с помощью анализа экономии, которая образовалась путем нарушения стандартов, технических условий, невыполненного плана по охране труда, а также вследствие нарушения техники безопасности. В процессе расчета влияния необходимо сравнить реальные расходы на охрану труда, технике безопасности и т.д. с расходами, указанных в смете предприятия.

Влияние на прибыль изменения цен на материалы, тарифов (ΔP_6) и влияние на прибыль экономии, вызванной нарушениями хозяйственной дисциплины (ΔP_7) находят методом прямого счета на основе сведений, использующих в бухгалтерском учете по каждому виду затрат.

Расчет методики, на основе которой можно оценить влияние факторов на изменение прибыли предприятия, завершается определением баланса результатов:

$$\Delta P_1 + \Delta P_2 + \dots + \Delta P_7 = P_1 - P_0 \quad (10)$$

Но как показывает практика, данный метод факторного анализа прибыли от продаж не всегда удается осуществить из-за отсутствия данных о ценах и фактическом объеме выпущенной продукции предприятием. «Поэтому одним из общепринятых подходов при проведении факторного анализа прибыли от продаж является ранжирование факторов на уровни первого, второго и т.д. порядка. К факторам первого порядка относятся

выручка и сгруппированные по функциям расходы по обычным видам деятельности: себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, коммерческие и управленческие расходы. Аддитивную факторную модель зависимости прибыли от продаж от вышеперечисленных факторов можно выразить следующим образом» [18, с. 136].

$$P^N = N - S^{\text{прод}} - S^{\text{ком}} - S^{\text{упр}}, \quad (11)$$

где P^N - прибыль от продаж;

N - выручка от продаж;

$S^{\text{прод}}$ – себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг;

$S^{\text{ком}}$ – коммерческие расходы;

$S^{\text{упр}}$ - управленческие расходы.

Расчет влияния каждого фактора, включенного в модель, необходимо производить методом цепных подстановок. «Способ цепной подстановки позволяет определить влияние отдельных факторов на изменение величины результативного показателя путем постепенной замены базового уровня каждого факторного показателя в объеме результативного показателя на фактический его уровень в отчетном периоде» [35, с. 38].

В процессе анализа формируется некоторый условный ряд значений результативного показателя, которые в последствие исследуют изменение сначала одного, а потом и последующих факторов, при условии того, что остальные факторы остаются неизменными. Цель метода цепных подстановок заключается в соотнесении значений результирующего показателя до и после изменения того или иного фактора, в устранении тех факторов, которые воздействуют на величину результативного показателя кроме одного, а также в определении воздействия последнего фактора на прирост результативного показателя.

Алгоритм расчета влияния факторов методом цепных подстановок представлен на рисунке 3.

Формула, выражающая общее изменение результативного показателя имеет следующий вид:

$$\Delta P_{\text{общ}} = P_1 - P_0, \quad (12)$$

в том числе за счет:

$$\Delta P_A = P_{\text{усл1}} - P_0 \quad (13)$$

$$\Delta P_B = P_{\text{усл2}} - P_{\text{усл1}} \quad (14)$$

$$\Delta P_C = P_{\text{усл3}} - P_{\text{усл2}} \quad (15)$$

$$\Delta P_D = P_1 - P_{\text{усл3}} \quad (16)$$

Уровень результативного показателя	Условия расчета результативного показателя			
	I фактор	II фактор	III фактор	IV фактор
Базовый	t_0	t_0	t_0	t_0
Условный 1	t_1	t_0	t_0	t_0
Условный 2	t_1	t_1	t_0	t_0
Условный 3	t_1	t_1	t_1	t_0
Текущий	t_1	t_1	t_1	t_1

Рисунок 3 – Алгоритм расчета влияния факторов методом цепных подстановок

Алгоритм расчета факторной модели зависимости прибыли от продаж от таких факторов как выручка, себестоимость продаж, коммерческих и управленческих расходов, имеет следующий вид:

$$P_0 = N_0 - S_{\text{прод}_0} - S_{\text{ком}_0} - S_{\text{упр}_0}, \quad (17)$$

$$P(\text{усл. 1}) = N_1 - S_{\text{прод}_0} - S_{\text{ком}_0} - S_{\text{упр}_0}, \quad (18)$$

$$P(\text{усл. 2}) = N_1 - S_{\text{прод}_1} - S_{\text{ком}_0} - S_{\text{упр}_0}, \quad (19)$$

$$P(\text{усл. 3}) = N_1 - S_{\text{прод}_1} - S_{\text{ком}_1} - S_{\text{упр}_0}, \quad (20)$$

$$P_1 = N_1 - S_{\text{прод}_1} - S_{\text{ком}_1} - S_{\text{упр}_1}, \quad (21)$$

$$\Delta P = P_1 - P_0, \quad (22)$$

где P_0 и P_1 – базисная и отчетная прибыль от продаж;

N_0 и N_1 – базисная и отчетная выручка от продаж;

$S_{\text{прод}_0}$ и $S_{\text{прод}_1}$ – себестоимость продаж в базисном и отчетном периоде;

$S_{\text{ком}_0}$ и $S_{\text{ком}_1}$ - коммерческие расходы базисного и отчетного периода;

$S_{\text{упр}_0}$ и $S_{\text{упр}_1}$ - управленческие расходы базисного и отчетного периода.

Основным направлением анализа финансовых результатов деятельности предприятия является факторный анализ показателей рентабельности. Рентабельность хозяйствующего субъекта выступает в качестве основного показателя эффективности работы предприятия и отражает размер прибыли на единицу потребляемых ресурсов. Основные показатели рентабельности представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные показатели рентабельности деятельности предприятия

№ формулы	Наименование показателя	Способ расчета	Интерпретация показателя
(23)	Рентабельность активов предприятия	$R_A = \frac{\Pi}{\bar{A}}$ Π – прибыль от продаж за расчетный период; \bar{A} - средняя величина активов на последнюю дату	Характеризует прибыльность или эффективность использования активов
(24)	Рентабельность собственного капитала	$R_{СК} = \frac{\Pi}{\overline{СК}}$ $\overline{СК}$ - средняя величина собственного капитала	Характеризует прибыльность собственных средств
(25)	Рентабельность продаж	$R_{ПР} = \frac{\Pi}{ВР}$ $ВР$ - выручка от продаж	Характеризует размер прибыли в расчете на один рубль выручки

Рентабельность активов выступает основным показателем, характеризующим эффективность хозяйствования предприятия. Расчет данного показателя указывает на то, что рентабельность использования средств хозяйствующего субъекта выражается рентабельностью продаж и оборачиваемостью активов.

Используя метод расширения факторной модели, рентабельность активов имеет следующий вид:

$$R_A = \frac{\Pi}{\bar{A}} = \frac{\Pi}{ВР} \times \frac{ВР}{\bar{A}}, \quad (26)$$

где $\frac{\Pi}{BP}$ - рентабельность продаж;

$\frac{BP}{A}$ - рентабельность активов.

Выражение, описывающее эту взаимосвязь, носит название формулы Дюпона, на основе которой можно рассуждать:

- во-первых, о причинах, связанных с недостаточно высоким уровнем рентабельности активов предприятия;
- во-вторых, о коэффициентах рентабельности продаж и оборачиваемости активов, значения которых способны обеспечить конкурентоспособный уровень рентабельности активов;
- в-третьих, об альтернативах, которые заключаются в выборе между рентабельностью продаж и скоростью оборота активов хозяйствующего субъекта.

Формулу Дюпона также можно применить при расчете ключевого показателя эффективности деятельности предприятия – рентабельности собственного капитала:

$$R_{СК} = \frac{\Pi}{СК} = \frac{\Pi}{A} \times \frac{A}{СК}, \quad (27)$$

где $\frac{A}{СК}$ - финансовый рычаг, который показывает степень использования заемных средств компании.

Данная формула указывает на то, что рентабельность собственного капитала зависит от таких факторов, как рентабельность активов и финансового левериджа (рычага). Рентабельность собственного капитала находится в прямой зависимости с обязательствами предприятия, так как при увеличении обязательств компании повышается её рентабельность, при условии того, что величина прибыли хозяйствующего субъекта должна покрывать стоимость долговых обязательств.

Подобный способ факторного анализа можно использовать при расчете рентабельности продаж:

$$R_{ПП} = \frac{\Pi}{BP} = \frac{BP-C}{BP}, \quad (28)$$

где C – себестоимость продукции.

Для того, чтобы рассчитать пути увеличения прибыльности предприятия, среднюю величину активов необходимо представить через стоимость, как основного, так и оборотного капитала:

$$R_A = \frac{\Pi}{\bar{\Phi} + \bar{O}}, \quad (29)$$

где $\bar{\Phi}$ – средняя стоимость основного капитала;

\bar{O} – средняя стоимость оборотного капитала.

После проведения анализа структуры и динамики общей прибыли, факторного анализа прибыли от продаж и анализа показателей рентабельности предприятия необходимо сформировать выводы, касающиеся того, как изменились показатели результатов финансовой деятельности, какие факторы в большей степени оказали на это влияние, а также дать оценку текущей деятельности предприятия. Анализ финансовых результатов завершается подсчетом резервов увеличения прибыли и рентабельности хозяйствующего субъекта, которые состоят в увеличении объемов производства и продаж, рентабельности продукции и снижении её себестоимости.

1.3 Мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов деятельности предприятия

В современных рыночных условиях проблема улучшения финансовых результатов предприятий занимает важное место в деловой жизни хозяйствующих субъектов, так как получение именно положительной динамики финансового результата является главной задачей, как отдельного предприятия, так и финансовой системы государства в целом. Постоянный контроль финансовых результатов хозяйствующих субъектов способствует оперативному выявлению негативных факторов, мешающих нормальному функционированию предприятия, и своевременному принятию мер по выходу из сложившейся ситуации.

Выводы, полученные в ходе реализации методики, изложенной в пункте 1.2. выпускной квалификационной работы, выступают основным источником при формировании мероприятий, направленных на улучшение финансовых результатов хозяйствования предприятия, а также на увеличение эффективности их использования.

Е. А. Приходько утверждает, что «важнейшими факторами роста прибыли являются рост объема производства и реализации продукции, внедрение научно-технических разработок, а следовательно, повышение производительности труда, снижение себестоимости, улучшение качества продукции» [44, с. 175].

Для реализации вышеперечисленных факторов используют следующие мероприятия, направленные на увеличение прибыли предприятия (рисунок Б.2).

«Заинтересованность в производстве и реализации качественной, пользующейся спросом на рынке продукции отражается на величине прибыли. Чем больше объем продаж, тем больше прибыли получает предприятие, и наоборот. Зависимость прибыли от этого фактора прямо пропорциональная» [44, с. 176].

Зачастую сокращение объемов производства предприятия вызвано снижением величины прибыли хозяйствующего субъекта. Для того, чтобы предотвратить снижение прибыли, а следовательно и объемов производства, необходимо принимать меры по увеличению объемов производства путем обновления технического оборудования и повышения эффективности производства [55]. Руководству хозяйствующего субъекта, в свою очередь, следует усовершенствовать расчетно-платежные отношения с другими предприятиями, которые обеспечат улучшения условий продаж и поспособствуют увеличению прибыли предприятия.

Также основным элементом, которым определяется величина прибыли от продаж организации, выступает ценовой фактор. Так как вопрос ценообразования играет важную роль в системе рыночных отношений, то

уровень применяемой цены выступает фактором, который зависит от хозяйствующего субъекта. «Очевидно, что уровень цен определяется, прежде всего, качеством производимой продукции, зависящим от технического совершенствования её производства, проведения работ по модернизации» [44, с .176].

Уровень себестоимости продукции, выступает еще одним фактором, который непосредственно влияет на прибыль предприятия. Известно, что чем ниже себестоимость продукции, которая определяется уровнем затрат, как на её производства, так и на реализацию, тем выше величина прибыли предприятия. Наблюдается обратная зависимость прибыли от затрат. Так как на уровень себестоимости оказывают влияние большое количество факторов, следует при анализе изменения уровня затрат найти причины снижения данного показателя с целью разработки мероприятий, направленных на увеличение величины прибыли предприятия.

При оценке финансовых результатов деятельности предприятия руководству необходимо обращать внимание на распределение получаемой прибыли, которая в дальнейшем должна только увеличиваться.

Е. А. Приходько выделяет мероприятия, направленные на увеличение прибыли предприятия: улучшение производительности (трудовой и производственной), а также увеличение продаж (рисунок В.3).

«Очевидно, что возможны три основных направления концентрации усилий предприятия: ориентация на наличность и повышение дохода; ориентация на расширение и использования капитала (собственного и заемного); ориентация на развитие хозяйственной деятельности предприятия» [44, с .179].

Путем сбалансированного сочетания, представленных направлений, можно существенно увеличить величину прибыли хозяйствующего субъекта. При анализе показателей рентабельности деятельности предприятия особое внимание следует уделять их ключевым особенностям.

Первая особенность заключается в выборе стратегии управления финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта, и направлена на определения соотношения риска и доходности предприятия, которые находятся в прямой зависимости: чем выше риск, тем большую норму доходности должна обеспечить проводимая операция.

Вторая особенность – проблема оценки. Показатели, используемые при расчете величины рентабельности собственного капитала, выражены в таких денежных единицах, которые имеют разную покупательную способность. Прибыль, которая находится в числителе показателя, динамична. Она показывает результаты деятельности, а также уровень цен за истекший период. Стоимость собственного капитала, которая находится в знаменателе, выражена в учетной оценке, и рассчитана за несколько лет. Из этого следует, что увеличение коэффициента рентабельности собственного капитала, может и не демонстрировать на увеличение отдачи инвестированного собственного капитала [53].

Третья особенность характеризуется временным моментом деятельности хозяйствующего субъекта. На рентабельность собственного капитала оказывает влияние показатель чистой рентабельности, который отражает результативность деятельности предприятия в отчетном периоде, но не учитывает эффект инвестиций, направленных на долгосрочную перспективу. Это указывает на то, что рентабельность капитала может снизиться из-за перехода предприятия на новые технологии. Однако необходимо учесть тот факт, если расходы предприятия оправдаются, то сокращение рентабельности не стоит принимать как отрицательную тенденцию.

«Известно, что механизм воздействия финансов на хозяйство, на его экономическую активность находится не в самом производстве, а в распределительных отношениях. Характер их воздействия на производство зависит от того, насколько конкретная система распределения, формы и методы её организации соответствуют объективным потребностям общества,

уровню развития производительных сил, экономическим интересам государства, предприятий и каждого отдельного работника. При нарушении этого соответствия процесс повышения эффективности производства начинает сдерживаться» [44, с .180].

Эффективность распределения и использования прибыли предприятия выступает важнейшим фактором, отражающим стратегические задачи хозяйствующего субъекта. С помощью оценки эффективности распределения и использования прибыли можно выявить уровень её потребления и капитализации, а также определить «конкретные формы её производственного потребления в инвестиционных целях» [13, с .265].

Для того, чтобы оценить оптимальность распределения и использования прибыли предприятия, необходимо рассчитать коэффициенты эффективности распределения прибыли.

1. Коэффициент налогообложения прибыли:

$$\text{КНП} = \frac{\text{НП}_{\text{пл}}}{\text{ВП}_{\text{пл}}}, \quad (30)$$

где $\text{НП}_{\text{пл}}$ - сумма налогов, сборов и других обязательных платежей, которые выплачиваются за счет прибыли в рассматриваемом периоде;

$\text{ВП}_{\text{пл}}$ - величина валовой прибыли предприятия в рассматриваемом периоде.

Данный показатель отражает удельный вес всех налогов, которые уплачиваются за счет прибыли предприятия, в общем объеме валовой прибыли.

2. Коэффициент чистой прибыли:

$$\text{КЧП} = \frac{\text{ЧП}_{\text{пл}}}{\text{ВП}_{\text{пл}}}, \quad (31)$$

где $\text{ЧП}_{\text{пл}}$ - величина чистой прибыли предприятия в рассматриваемом периоде.

Коэффициент чистой прибыли характеризует долю чистой прибыли в общем объеме валовой прибыли предприятия.

3. Коэффициент капитализации прибыли:

$$\text{ККП} = \frac{\text{ЧП}_к}{\text{ЧП}_{\text{пл}}}, \quad (32)$$

где $\text{ЧП}_к$ - величина чистой капитализированной прибыли предприятия.

Коэффициент капитализации прибыли указывает удельный вес капитализированной прибыли в общей величине чистой прибыли предприятия.

4. Коэффициент потребления прибыли:

$$\text{КПП} = \frac{\text{ЧП}_п}{\text{ЧП}_{\text{пл}}}, \quad (33)$$

Где $\text{ЧП}_п$ - сумма чистой прибыли предприятия, направленная на потребление.

Данный показатель показывает долю потребляемой прибыли в общей величине чистой прибыли.

На каждом предприятии, величина перечисленных выше коэффициентов, характеризующих эффективность распределения прибыли должна находиться в рамках оптимального значения. Следовательно, величина коэффициента налогообложения прибыли должна быть минимальной, так как, чем меньше налоговая нагрузка, возложенная на предприятие, тем выше финансовый результат хозяйствующего субъекта. По коэффициенту чистой прибыли можно судить о ценовой политике компании, а также об её способностях держать расходы под контролем, поэтому величина данного показателя должна быть как можно выше. В свою очередь, чем больше величина коэффициента капитализации прибыли, тем более привлекательным будет предприятие с точки зрения инвесторов и кредиторов. Коэффициент капитализации не должен быть выше 1, данное превышение показателя будет свидетельствовать о потере финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта. Значение коэффициента потребления прибыли предприятия также должно быть меньше 1.

Вывод: установленный перечень мероприятий, направленный на улучшение финансовых результатов хозяйствующего субъекта, имеет несколько направлений:

- во-первых, увеличение объема продаж предприятия, которое можно реализовать с помощью правильного выбора каналов продвижения продукции, а также за счет изменений подходов к тарифной политике предприятия;

- во-вторых, снижение себестоимости продукции хозяйствующего субъекта, которое можно получить с помощью своевременного контроля за расходами предприятия;

- в-третьих, рост качества продукции, который достигается путем повышения технического уровня производства и эстетических характеристик, создания инновационных продуктов;

- в-четвертых, снижение прочих расходов с помощью минимизации штрафов, пеней, а также снижения убытков от списания безнадежной дебиторской задолженности.

2 Анализ и оценка финансовых результатов и использования прибыли предприятия

2.1 Общая характеристика предприятий ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес»

Мебельное производство считается в России одним из перспективных направлений бизнеса. Несмотря на большой потенциал развития отрасли, потребление мебели в России по сравнению с европейскими странами остается на крайне низком уровне. Объем мирового рынка мебели превышает 200 млрд. евро в год, при этом доля России в нем составляет лишь около 0,61%.

Общество с ограниченной ответственностью «Мартиком» является одним из крупнейших поставщиков мебельной фурнитуры и комплектующих от лучших европейских производителей. Компания входит в состав многопрофильного холдинга «Макмарт» с развитой дилерской сетью по всей России и странам СНГ.

ООО «Мартиком» занимает лидирующее место на мебельном рынке и является успешно развивающейся компанией, поставляющей широкий ассортимент мебельных компонентов и строительно-отделочных материалов высокого качества на российский рынок.

Основными видами деятельности общества являются:

- оптовая и розничная торговля мебельными комплектующими, полуфабрикатами для производства мебели и аксессуарами;
- оптовая торговля изделиями из керамики и стекла;
- оптовая торговля бытовой мебелью.

Отвечая на самые современные запросы мебельного рынка, ООО «Мартиком» регулярно обновляет свой ассортимент. В результате тщательного отбора поставщиков и глубокого анализа новейших тенденций мебельного мира складская программа компании насчитывает более 10 000

наименований. Это новейшие модели, с помощью которых современная мебель выходит на высший уровень качества.

Организационная структура ООО «Мартиком» полностью соответствует масштабам деятельности предприятия и обеспечивает успешное решение задач по получению прибыли (рисунок Г.4).

ООО «Мартиком» создано единым учредителем, который является высшим органом управления компании и имеет 100% долю в уставном капитале. Учредитель осуществляет определение основных направлений деятельности предприятия, утверждение годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов, а также документов, регулирующих внутреннюю деятельность компании, и принимает решения о размещении облигаций и других эмиссионных ценных бумаг обществом.

Руководство текущей деятельностью осуществляется единоличным исполнительным органом – генеральным директором, который подотчетен учредителю общества. Генеральный директор в ООО «Мартиком» назначается решением учредителя общества сроком на три года и выполняет следующие функции:

- издает приказы о назначении на должности работников общества, применяет меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания;
- утверждает сметы, штатное расписание, устанавливает размеры и сроки премирования работников;
- организует бухгалтерский учет и отчетность в компании;
- утверждает цены и тарифы на товары и работы общества.

В его непосредственном подчинении находятся:

- управляющий отделом оптовой продукции;
- управляющий отделом развития;
- управляющий отделом логистики;
- управляющий складским хозяйством;
- главный бухгалтер.

В свою очередь, каждый из них имеет свою иерархию подчиненных.

В обязанности управляющего отделом оптовой продукции входит обработка заказов, выставление счетов, контроль оплаты и отгрузка товаров.

Главный бухгалтер осуществляет организацию бухгалтерского учета на предприятии, обеспечивает соблюдение точных сроков по уплате налогов и сборов, контролирует расчетные операции, принимает участие в формировании финансовой и налоговой политики организации.

Управляющий отделом развития занимается формированием рынка, поиском новых клиентов, поддержанием контакта со старыми контрагентами.

Управляющий отделом логистики осуществляет развития стратегии логистики в соответствии с рыночной политикой компании, формирует заказы всем структурным подразделениям и занимается приемкой, подготовкой и сборкой товара.

В обязанности управляющего складским хозяйством входит контроль осуществления заказов, проведение инвентаризации товарно-материальных ценностей, обеспечение учета складских операций и соблюдение правил оформления и сдачи приходно-расходных документов.

Общество с ограниченной ответственностью «Макберри» является одним из крупнейших поставщиков мебельных фасадов из массива дерева от всемирно известных итальянских компаний на рынках России, Белоруссии и Казахстана.

Основными видами деятельности компании являются:

- производство кухонной мебели;
- изготовление шпона, фанеры, деревянных плит и панелей;
- производство мебели для офисов и предприятий торговли.

Во главе ООО «Макберри» стоит директор, который является и учредителем компании. Под его подчинением находятся бухгалтерия, маркетолог и исполнительный директор, которому в свою очередь подчиняются мебельный цех и отдел сбыта. Директор в компании занимается не только общим её руководством, но и принимает решения помимо

непосредственных руководящих должностей предприятия, а также контролирует производственный процесс. Исполнительный директор контролирует организационные моменты компании, касающиеся закупок, сбыта, отчетности, отвечает за работу нижестоящих менеджеров. Менеджеры мебельного цеха осуществляют руководство за рабочими, которые занимаются распилом, покраской, раскроем, изготовлением и сборкой корпусной мебели.

Организационная структура ООО «Макберри» представлена на рисунке Г.5.

Общество с ограниченной ответственностью «Маркес» является эксклюзивным дилером немецкого производителя Kessebohmer – флагмана на рынке механизмов и аксессуаров для кухонной мебели. Основная задача компании состоит в планировании и последующем производстве мебели кухни в соответствии с потребностями конкретной семьи, учитывая количество ее членов, объем закупаемых продуктов и прочие факторы.

ООО «Маркес», основным видом деятельности которого выступает производство и продажа корпусной мебели, занимает стабильное положение на рынке производства мебельной фурнитуры, которое отличается высоким качеством и индивидуальным подходом, а также дополнительными сервисными услугами.

Дополнительными видами деятельности компании выступают:

- оптовая торговля прочими бытовыми товарами;
- розничная торговля мебелью, осветительными приборами и прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах;
- производство мебели для офисов и предприятий торговли.

Организационная структура ООО «Маркес» представлена на рисунке Г.6.

Главой управления общества выступает директор, основной функцией которого является руководство над предприятием, включающая в себя

организацию, координацию и контроль работы компании, а также стратегическое планирование развития общества и участие в формировании бюджета.

В подчинении директора находятся главный бухгалтер, технический директор, дизайнер-проектировщик, а также менеджер производственного отдела. Главный бухгалтер отвечает за работу по контролю и ведению бухгалтерского учета предприятия в целях получения заинтересованными пользователями полной и достоверной информации о финансово-хозяйственной деятельности. Дизайнер-проектировщик занимается разработкой дизайн-проектов, техдокументации, а также контролем замеров качества продукции. Ему подчинятся дизайнеры, заготовительный отдел, цех сборки мебели. Технический директор осуществляет контроль за отделом сбыта, отделом маркетинга и торговыми залами. Менеджер производственного отдела отвечает за все процессы производства, влияющие на выпуск продукции. В подчинении менеджера производственного отдела находятся производственный цех, транспортный цех, а также цех по обработке материалов.

ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес - коммерческие организации, целью деятельности которых является получение прибыли путем осуществления предпринимательской деятельности. Рассматриваемые предприятия юридическими лицами и осуществляет свою деятельность на основании устава, учредительного договора, свидетельстве о постановке на учет в налоговом органе юридического лица, Гражданского кодекса РФ, Закона РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» и Налогового кодекса РФ.

Для оценки эффективности рассчитаем основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятий (таблица 2).

Таблица 2 – Результативность деятельности ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Показатели	Значения абсолютной величины, тыс. руб.			Темп прироста, %	
	2017г.	2018г.	2019г.	2017-2018	2018-2019
ООО «Мартиком»					
Выручка	1769487	1690298	1599856	-4,47	-5,35
Себестоимость	1135021	1057552	1059807	-6,82	0,21
Валовая прибыль	634466	632746	540049	-0,27	-14,65
Чистая прибыль	186802	182089	200615	-2,52	10,17
ООО «Макберри»					
Выручка	501425	411645	303360	-17,90	-26,30
Себестоимость	375257	319816	218172	-14,77	-31,78
Валовая прибыль	126168	91829	85188	-27,22	-7,23
Чистая прибыль	14113	14843	55697	5,17	275,24
ООО «Маркес»					
Выручка	352870	351670	344990	-0,34	-1,89
Себестоимость	360478	355587	323517	-1,36	-9,01
Валовая прибыль	-7608	-3917	21473	0,51	-5,48
Чистая прибыль	46955	-11944	5667	-0,25	-0,47

Графически характеристика финансовых показателей деятельности ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» за 2017-2019 гг. представлены на рисунке 4, 5, 6.

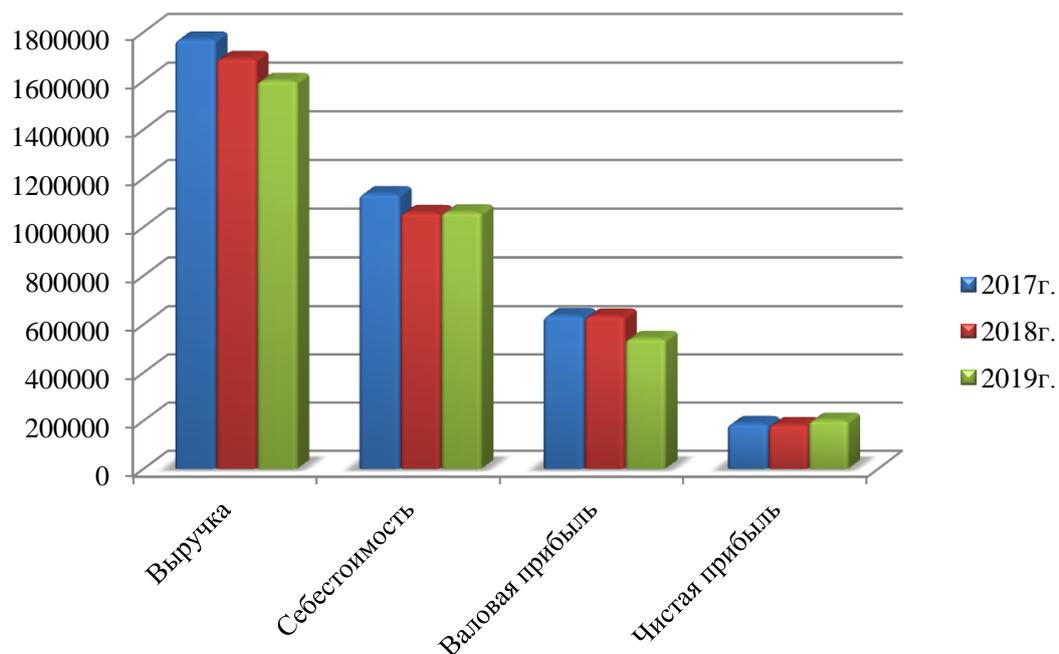


Рисунок 4 – Характеристика финансовых показателей деятельности ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

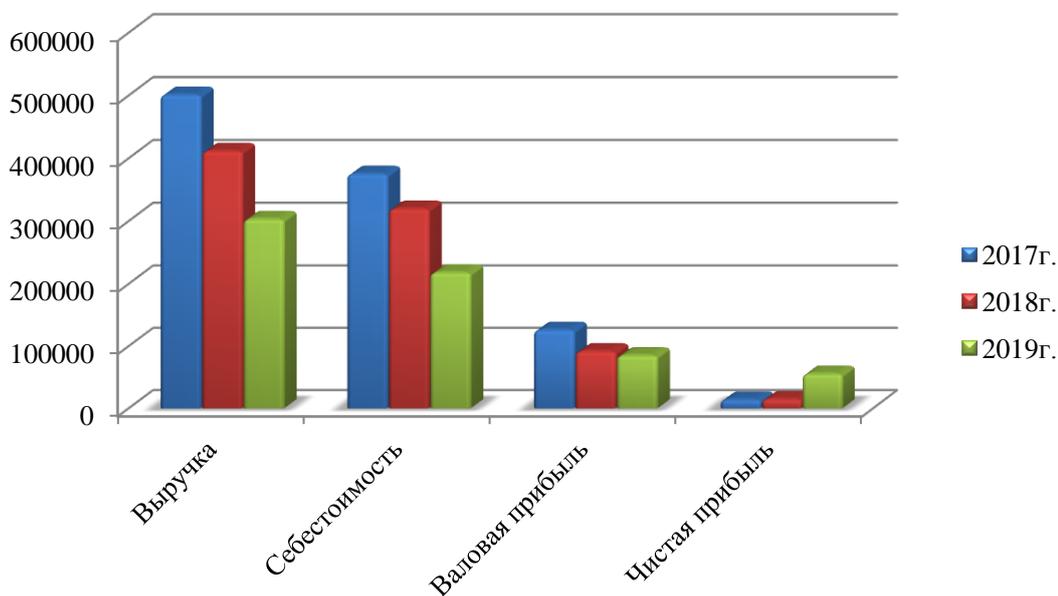


Рисунок 5 – Характеристика финансовых показателей деятельности ООО «Макберри» за 2017-2019 гг.

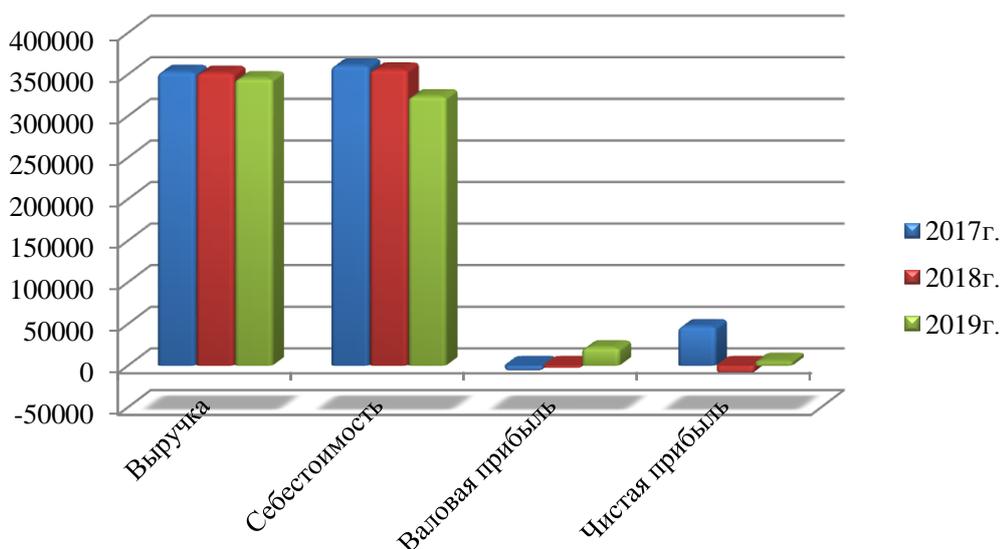


Рисунок 6 – Характеристика финансовых показателей деятельности ООО «Макрес» за 2017-2019 гг.

Анализ динамики показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий за период 2017 – 2019 гг., проведенный в таблице 1, позволяет сделать следующие выводы:

- выручка предприятия в ООО «Мартиком» в 2018 году снизилась по сравнению с 2017 годом на 4,47%, в ООО «Макберри» на 17,90%, в ООО «Макрес» на 0,34%, что следует оценивать отрицательно, так как это свидетельствует о снижении деловой активности и эффективности деятельности организаций;

- тот факт, что снижение себестоимости в ООО «Мартиком» 2018 году происходило опережающими темпами (-6,82%) по сравнению со снижением выручки, привел к тому, что валовая прибыль на фоне снижения выручки на 4,47%, снизилась совсем незначительно – лишь на 0,27%, что следует оценивать положительно. Это свидетельствует о том, что на фоне снижения продаж организация сумела оптимизировать свои затраты, и не допустила значительного снижения валовой прибыли. В ООО «Макберри» ситуация обратная, валовая прибыль снижается значительно в 2018 году на 27,22% с, что является негативным фактором для предприятия. В ООО «Маркес» в

2018 году наблюдается рост валовой прибыли на 0,51%, это говорит о незначительном росте дохода предприятия;

- чистая прибыль в ООО «Мариком» и ООО «Макрес» в 2018 году снизилась по сравнению с 2017 годом на 2,52% и 0,25% соответственно. Ее опережающий темп снижения на фоне снижения валовой прибыли на 0,27% и увеличения на 0,51% соответственно, свидетельствует об эффективности основной деятельности предприятий в рассматриваемом периоде. В ООО «Макберри» чистая прибыль в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличилась 5,17%, что говорит о росте деловой активности компании.

- выручка предприятий в 2019 году по сравнению с 2018 годом снижается еще большими темпами: на 5,35% в ООО «Мртиком», тогда как в 2016 году – лишь 4,47%, на 26,30% в ООО «Макберри», тогда как в 2016 году – лишь 17,90%, на 1,89% в ООО «Макрес», тогда как что следует оценивать отрицательно, так как в 2016 году – лишь на 0,34%, это свидетельствует об отрицательной тенденции снижения финансовых результатов деятельности организаций и требует срочных организационно-технических мер руководства по исправлению сложившейся ситуации;

- ситуация осложняется еще и тем, что если в 2018 в ООО «Мартиком» году себестоимость снижалась (что позволило сохранить валовую прибыль почти на уровне 2017 года), то в 2019 году она выросла на 0,21% , что привело к существенному снижению валовой прибыли – на 14,65% по сравнению с 2018 годом. В ООО «Макберри» ситуация обратная, за счет еще большего снижения себестоимости в 2019 году на 31,78%, увеличилась валовая прибыль предприятий в 2019 году, что является положительной тенденцией. В ООО «Маркес» еще большее снижение себестоимости в 2019 году на 9,01%, приводит к большему снижению валовой прибыли на 5,45%, что следует оценивать отрицательно;

- анализируя в целом деятельность предприятия можно отметить, что в ООО «Мартиком» и ООО «Макберри» в 2018-2019 гг. более эффективными были прочие виды деятельности, так как чистая прибыль организации в 2019

году выросла по сравнению с 2018 годом на 10,17% и 275,24% соответственно. В ООО «Маркес» снижение чистой прибыли на 0,47% в 2019 году говорит о том, что более эффективным были прочие виды деятельности организации.

Таким образом, несмотря на значительный рост чистой прибыли ООО «Мартиком» в 2019 году по сравнению с 2018 годом, анализ выявил у предприятия значительные проблемы с эффективностью финансовых результатов деятельности. Так как выручка и валовая прибыль падают с нарастающим темпом, себестоимость же, напротив – растет. И если с финансовой и инвестиционной деятельностью в 2019 году у предприятия все хорошо, то результаты основной деятельности требуют срочного вмешательства руководства организации. В ООО «Макбери» в 2019 году также наблюдается значительный рост чистой прибыли, что является положительным моментом. У предприятия не наблюдается проблем с эффективностью финансовых результатов, т.к. заметно снижение себестоимости, при условии того, что снижается выручка и увеличивается валовая прибыль компании, но руководству компании необходимо обратить внимание на развитие основного вида деятельности. В ООО «Маркес» в 2019 году выручка и валовая прибыль падают нарастающим темпом, это говорит о том, что у компании наблюдаются проблемы с эффективностью финансовых результатов, и только снижение себестоимости продаж не позволило значительно снизиться чистой прибыли предприятия, что является положительным моментом.

2.2 Анализ деятельности предприятий в отрасли производства и продажи мебельной фурнитуры

Согласно методике анализа финансовых результатов И.В. Кобелевой и Н.С. Ивашиной, представленной в пункте 1.2. магистерской диссертации,

проведем горизонтальный анализ ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» с помощью отчета о финансовых результатах.

В результате проведения горизонтального анализа ООО «Мартиком» были получены следующие результаты (таблица 3):

Величина выручки от продаж в 2018 году в сравнении с предыдущим годом снизилась на 79189 тыс. руб. или на 4,48%. В 2019 году выручка продолжает снижаться на 90442 тыс. руб. или на 5,35%. Такое снижение темпов прироста говорит о наметившихся негативных тенденциях, которое может быть связано с уменьшением объемов продаж.

В 2018 году происходит снижение себестоимости продаж на 77469 тыс. руб. или на 6,83%, но в 2019 году происходит увеличение на 0,21% или на 2255 тыс. руб. Увеличение темпов прироста данного показателя является отрицательным моментом, который свидетельствует об увеличении затрат на производство, а также о нерациональном использовании сырья и материалов.

В период 2017-2019 гг. наблюдается снижение величины валовой прибыли. Данный показатель в 2018 году снизился на 1720 тыс. руб. (0,27%), а в 2019 году на 92697 тыс. руб. или на 14,65%. Снижение темпов прироста валовой прибыли больше, чем выручки, что связано с увеличением темпов прироста себестоимости.

Величина коммерческих расходов в 2018 году сократилась на 175913 тыс. руб. или на 87,02%. В 2019 году произошло увеличение коммерческих расходов на 5026 тыс. руб., что составило 19,15%. Изменение темпов прироста в сторону увеличения свидетельствует о росте затрат на реализацию продукции, что отрицательно сказывается на величине чистой прибыли.

Управленческие расходы предприятия выросли на 177845 тыс. руб. в 2016 году, что составило 264,2%. В 2019 году величина данного показателя снижается на 10052 тыс. руб. (4,10%) Резкое сокращение темпов прироста управленческих расходов оказывает положительное влияние на чистую прибыль предприятия.

Таблица 3 – Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Абсолютное изменение, тыс. руб.		Относительное изменение, %.	
	2017	2018	2019	2017-2018	2018-2019	2017-2018	2018-2019
Выручка	1769487	1690298	1599856	-79189	-90442	-4,48	-5,35
Себестоимость продаж	1135021	1057552	1059807	-77469	2255	-6,83	0,21
Валовая прибыль (убыток)	634466	632746	540049	-1720	-92697	-0,27	-14,65
Коммерческие расходы	202158	26245	31271	-175913	5026	-87,02	19,15
Управленческие расходы	67297	245142	235090	177845	-10052	264,27	-4,10
Прибыль (убыток) от продаж	395011	361359	273688	-33652	-87671	-8,52	-24,26
Проценты к получению	0	898	1416	898	518	-	57,68
Прочие доходы	37270	310380	435457	273110	125077	732,79	40,30
Прочие расходы	167711	444550	458402	276839	13852	165,07	3,12
Прибыль (убыток) до налогообложения	234570	228087	252159	-6483	24072	-2,76	10,55
Текущий налог на прибыль	47216	46022	51535	-1194	5513	-2,53	11,98
Изменение отложенных налоговых обязательств	-165	-199	13	-34	212	20,61	-106,53
Изменение отложенных налоговых активов	-707	-175	4	532	179	-75,25	-102,29
Прочее	10	0	0	-10	0	-100,00	-
Чистая прибыль (убыток)	186802	182089	200615	-4713	18526	-2,52	10,17

Прибыль от продаж в 2018 году сократилась на 33652 тыс. руб., т.е. на 8,52%, а в 2019 году – на 87671 тыс. руб., что составило 24,26%. Сокращение темпов прироста свидетельствует о снижении эффективности основной деятельности предприятия, что отрицательно влияет на величину чистой прибыли.

Прочие доходы предприятия в 2018 году увеличились на 273110 тыс. руб. в сравнении с предыдущим годом, а в 2019 году – на 125077 тыс. руб. Однако наблюдается снижение темпов прироста с 732,79% до 40,30%, что является положительным моментом.

Величина прочих расходов в 2018 году увеличилась на 276839 тыс. руб., т.е. на 165,07% и в 2019 году на 13852 тыс. руб., что составило 3,12%. Так как темп прироста прочих доходов опережает темп прироста прочих расходов, можно сделать вывод об эффективности прочих видов деятельности предприятия за рассматриваемый период.

В 2018 году прибыль до налогообложения снижается на 6483 тыс. руб. или на 2,76% в сравнении с предыдущим годом. Но в 2019 году величина прибыли до налогообложения увеличивается на 24072 тыс. руб., что составляет 10,55%.

Текущий налог на прибыль в 2018 году сократился на 1194 тыс. руб. по сравнению с 2017 годом, данное снижение составило 2,53%. В 2019 году величина данного показателя возросла на 5513 тыс. руб. или 11,98%. Изменение темпов прироста текущего налога на прибыль в сторону увеличения произошло соответственно увеличению темпа прироста прибыли до налогообложения.

Величина чистой прибыли, как итогового показателя деятельности предприятия, сократилась в 2018 году на 4713 тыс. руб., что составило 2,52%. В 2019 году увеличение данного показателя составило 18526 тыс. руб. или 10,17%. Так как темп прироста чистой прибыли (2,52%) в 2018 году отставал от темпов прироста валовой прибыли (0,27%), то это свидетельствует о большей эффективности основной деятельности

предприятия по сравнению с прочими видами деятельности. В 2019 году ситуация меняется: темп прироста чистой прибыли опережает темп прироста валовой прибыли. Данное явление характеризует эффективность прочих видов деятельности предприятия.

Динамику изменения прибыли от продаж и чистой прибыли организации за 2017-2019 гг. можно представить графически в виде гистограммы (рисунок 7).

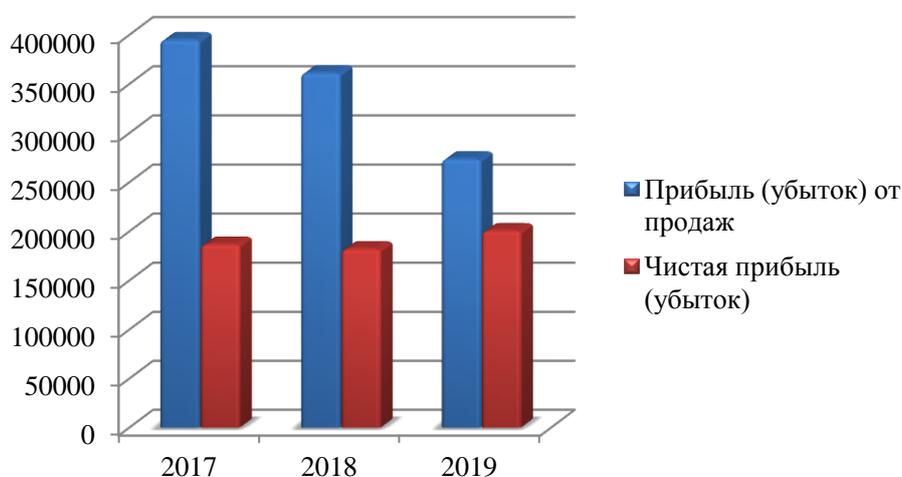


Рисунок 7 – Динамика различных видов прибыли ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

В результате проведения горизонтального анализа ООО «Макберри» были получены следующие результаты (таблица Д. 1):

Величина выручки от продаж в 2018 году в сравнении с предыдущим годом снизилась на 89780 тыс. руб. или на 17,90%. В 2019 году выручка продолжает снижаться на 108285 тыс. руб. или на 26,31%. Такое снижение темпов прироста говорит о наметившихся негативных тенденциях, которое может быть связано с уменьшением объемов продаж.

В 2019 году наблюдается снижение себестоимости продаж на 101644 тыс. руб. или на 31,78%, что можно оценивать положительно, т.к. в компании происходит снижение затрат на производство.

В период 2017-2019 гг. наблюдается снижение величины валовой прибыли. Данный показатель в 2018 году снизился на 34399 тыс. руб. (27,22%), а в 2019 году на 6641 тыс. руб. или на 7,23%. Увеличение темпов прироста валовой прибыли связано со снижением темпов прироста себестоимости.

Величина коммерческих расходов в 2018 году сократилась на 8912 тыс. руб. или на 12,31%. В 2019 году произошло снижение коммерческих расходов на 7461 тыс. руб., что составило 11,75%. Изменение темпов прироста в сторону снижения свидетельствует об уменьшении затрат на реализацию продукции, что положительно сказывается на величине чистой прибыли.

Прибыль от продаж в 2018 году сократилась на 25427 тыс. руб., т.е. на 47,28%, а в 2019 году увеличилась на 820 тыс.руб., что составило 2,89%. Увеличение темпов прироста прибыли от продаж свидетельствует о увеличении эффективности основной деятельности предприятия, что положительно влияет на величину чистой прибыли.

Прочие доходы предприятия в 2018 году сократились на 27526 тыс. руб. в сравнении с предыдущим годом, а в 2019 году – на 1024 тыс. руб. Однако наблюдается рост темпов прироста, что является отрицательным моментом для предприятия.

Величина прочих расходов в 2018 году снизилась на 1526 тыс. руб., т.е. на 5,8% и в 2019 году увеличилась на 1015 тыс. руб., что составило 4,09%. Так как темп прироста прочих расходов опережает темп прироста прочих доходов, можно сделать вывод об эффективности основных видах деятельности предприятия за рассматриваемый период.

В 2018 году прибыль до налогообложения снижается на 51427 тыс. руб. или на 72,98% в сравнении с предыдущим годом, а в 2019 году на 1219 тыс. руб., что составляет 6,40%.

Текущий налог на прибыль в 2018 году сократился на 10577 тыс. руб. по сравнению с 2017 годом, данное снижение составило 71,60%. В 2019 году

величина данного показателя также снизилась на 482 тыс. руб. или 11,49%. Изменение темпов прироста текущего налога на прибыль в сторону увеличения произошло соответственно увеличению темпа прироста прибыли до налогообложения.

Величина чистой прибыли сократилась в 2018 году на 40854 тыс. руб., что составило 73,35%, а в 2019 году на 730 тыс. руб. или 4,92%. Так как темп прироста чистой прибыли (73,35%) в 2018 году отставал от темпов прироста валовой прибыли (27,22%), то это свидетельствует о большей эффективности основной деятельности предприятия по сравнению с прочими видами деятельности. В 2019 году ситуация меняется: темп прироста чистой прибыли опережает темп прироста валовой прибыли. Данное явление характеризует эффективность прочих видов деятельности предприятия.

Динамику изменения прибыли от продаж и чистой прибыли организации за 2017-2019 гг. можно представить графически в виде гистограммы (рисунок 8).

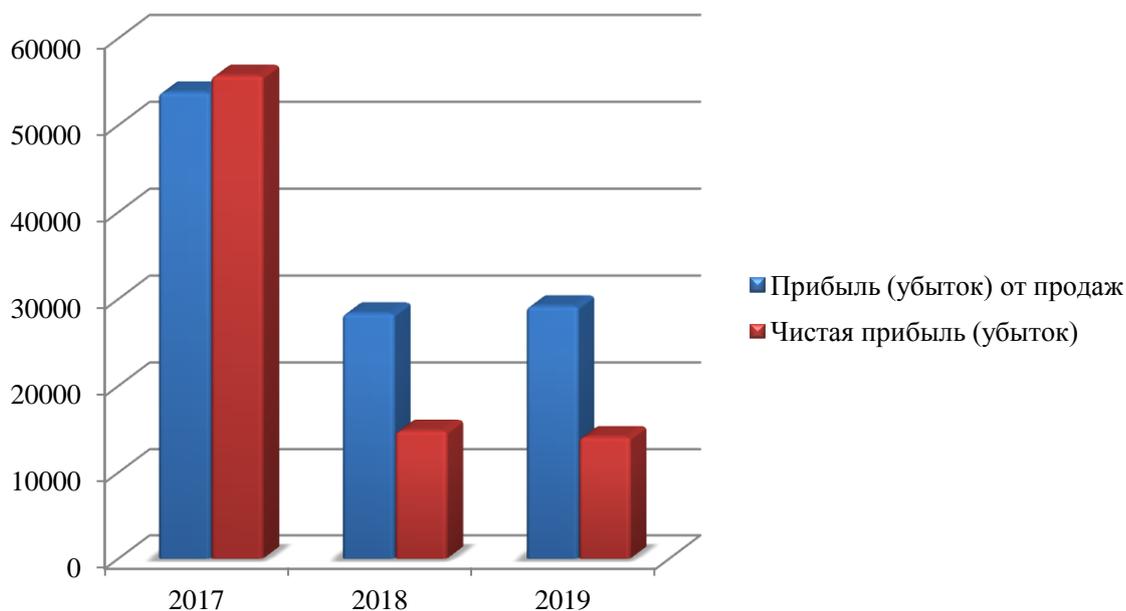


Рисунок 8 – Динамика различных видов прибыли ООО «Макберри» за 2017-2019 гг.

В результате проведения горизонтального анализа ООО «Маркес» были получены следующие результаты (таблица Е.2):

Величина выручки от продаж в 2018 году в сравнении с предыдущим годом снизилась на 1200 тыс. руб. или на 0,34%. В 2019 году выручка продолжает снижаться на 6680 тыс. руб. или на 1,90%. Такое снижение темпов прироста говорит о наметившихся негативных тенденциях, которое может быть связано с уменьшением объемов продаж.

В 2019 году наблюдается снижение себестоимости продаж на 4891 тыс. руб. или на 1,36%, а в 2019 году на 32070 тыс. руб. или на 9,02%, что можно оценивать положительно, т.к. в компании происходит снижение затрат на производство.

В период 2017-2019 гг. наблюдается увеличение величины валовой прибыли. Данный показатель в 2018 году вырос на 3691 тыс. руб. (48,51%), а в 2019 году на 25390 тыс. руб. или на 648,20%. Однако происходит снижение темпов прироста валовой прибыли, которое больше темпов прироста выручки.

Прибыль от продаж в 2018 году увеличилась на 3691 тыс. руб., т.е. на 48,51%, а в 2019 году на 25390 тыс.руб., что составило 648,20%. Снижение темпов прироста прибыли от продаж свидетельствует о снижении эффективности основной деятельности предприятия, что негативно влияет на величину чистой прибыли.

Прочие доходы предприятия в 2018 году сократились на 69557 тыс. руб. в сравнении с предыдущим годом, а в 2019 году – на 1618 тыс. руб. Однако наблюдается рост темпов прироста, что является отрицательным моментом для предприятия.

Величина прочих расходов в 2018 году снизилась на 6967 тыс. руб., т.е. на 14,74% и в 2019 году увеличилась на 5401 тыс. руб., что составило 13,40%. Так как темп прироста прочих расходов опережает темп прироста прочих доходов, можно сделать вывод об эффективности основных видах деятельности предприятия за рассматриваемый период.

В 2018 году прибыль до налогообложения снижается на 58899 тыс. руб. или на 125,44% в сравнении с предыдущим годом, а в 2019 году увеличивается на 18371 тыс. руб., что составляет 153,81%.

Величина чистой прибыли сократилась в 2018 году на 58899 тыс. руб., что составило 125,44%, а в 2019 году увеличилась на 17611 тыс. руб. или 147,45%. Так как темп прироста чистой прибыли (125,44%) в 2018 году отставал от темпов прироста валовой прибыли (1,36%), то это свидетельствует о большей эффективности основной деятельности предприятия по сравнению с прочими видами деятельности. В 2019 году ситуация меняется: темп прироста чистой прибыли опережает темп прироста валовой прибыли. Данное явление характеризует эффективность прочих видов деятельности предприятия.

Динамику изменения прибыли от продаж и чистой прибыли организации за 2017-2019 гг. можно представить графически в виде гистограммы (рисунок Ж. 7).

Далее проведем вертикальный анализ на основе данных отчета о финансовых результатах, т.е. анализ структуры прибыли предприятия для определения ее доли в общем объеме выручки (таблица 4).

В результате проведения вертикального анализа финансовых результатов деятельности предприятия, можно сделать вывод о том, что себестоимость продаж в общем объеме выручки ООО «Мартиком» занимает наибольший удельный вес. Ее доля в 2017 году составляла 64,14% и снизилась до 62,57% в 2018 году. Удельный вес данного показателя достиг уровня 66,24% в 2019 году.

Доля валовой прибыли увеличилась с 35,86% до 37,43% в 2018 году, а в 2019 составила 33,76%. Удельный вес данного показателя за период 2017-2019 гг. занимает также значительную часть выручки.

Доля прибыли от продаж в 2017 году составляет 20,63%. В 2018-2019 гг. прибыль от продаж в общем объеме выручки занимает немалый удельный вес, который имеет тенденцию к снижению. В 2019 году ее доля снижается с

21,38% до 17,11%. Неблагоприятная тенденция снижения прибыли от продаж усиливается увеличением доли коммерческих расходов (с 1,55% в 2018 году до 1,95% в 2019 году) и доли управленческих расходов (с 14,50% в 2018 году до 14,69% в 2019 году).

Таблица 4 – Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Мартиком» за 2017-2019гг.

Показатель	2017		2018		2019	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Выручка	1769487	100	1690298	100	1599856	100
Себестоимость продаж	1135021	64,14	1057552	62,57	1059807	66,24
Валовая прибыль (убыток)	634466	35,86	632746	37,43	540049	33,76
Коммерческие расходы	202158	11,42	26245	1,55	31271	1,95
Управленческие расходы	67297	3,80	245142	14,50	235090	14,69
Прибыль (убыток) от продаж	365011	20,63	361359	21,38	273688	17,11
Проценты к получению	0	0,00	898	0,05	1416	0,09
Прочие доходы	37270	2,11	310380	18,36	435457	27,22
Прочие расходы	167711	9,48	444550	26,30	458402	28,65
Прибыль (убыток) до налогообложения	234570	13,26	228087	13,49	252159	15,76
Текущий налог на прибыль	47216	2,67	46022	2,72	51535	3,22
Изменение отложенных налоговых обязательств	-165	-0,01	-199	-0,01	13	0,00
Изменение отложенных налоговых активов	-707	-0,04	-175	-0,01	4	0,00
Прочее	10	0,00	0	0,00	0	0,00
Чистая прибыль (убыток)	186802	10,56	182089	10,77	200615	12,54

За период 2017-2019 гг. наблюдается рост удельного веса, как прочих расходов, так и прочих доходов. Доля прочих доходов за анализируемый период возрастает с 2,1% до 27,22% . Удельный вес прочих расходов изменился в сторону увеличения с 9,48% до 28,65% в 2019 году.

Также за анализируемый период наблюдается тенденция увеличения доли прибыли до налогообложения. В 2018 году удельный вес данного показателя возрос до 13,49% в сравнении с предыдущим годом, в 2019 году – до 15,76%.

Можно заметить незначительное увеличение удельного веса текущего налога на прибыль (с 2,67% в 2017 году до 3,22% в 2019 году), что является отрицательным моментом для предприятия.

Доля чистой прибыли также имеет тенденцию к увеличению, что является положительным моментом для предприятия. В 2017 удельный вес данного показателя составил 10,56%, в 2018 году – 10,77%, в 2019 году – 12,54%.

Таким образом, наибольший удельный вес в общем объеме выручки ООО «Мартиком» в 2015 году заняли себестоимость продаж (64,14%), валовая прибыль (35,86%) и прибыль от продаж (20,63%). В 2018-2019 годах наибольшую долю заняли себестоимость продаж (в 2018 году - 62,57%, в 2019 году – 66,24%), валовая прибыль (в 2018 году – 37,43%, в 2019 году – 33,76%), а также прочие расходы (в 2018 году- 26,30%, в 2019 году – 28,65%).

В результате проведения вертикального анализа финансовых результатов деятельности ООО «Макберри», можно сделать вывод о том, что себестоимость продаж в общем объеме выручки занимает наибольший удельный вес. Ее доля в 2017 году составляла 74,84% и увеличилась до 77,69% в 2018 году. В 2019 году удельный вес данного показателя снизился до уровня 71,92% (таблица И. 3).

Доля валовой прибыли снизилась с 25,16% до 22,31% в 2018 году, а в 2019 составила 28,08%. Удельный вес данного показателя за период 2015-2017 гг. занимает также значительную часть выручки.

Доля прибыли от продаж в 2017 году составляет 10,73%. В 2017-2019 гг. прибыль от продаж в общем объеме выручки занимает незначительный удельный вес, который имеет тенденцию к снижению в 2018 году. Ее доля снижается с 10,73% до 6,89%. Неблагоприятная тенденция снижения

прибыли от продаж усиливается увеличением доли коммерческих расходов (с 14,44% в 2017 году до 15,42% в 2018 году). В 2019 году доля прибыли от продаж достигает уровня 9,62%.

За период 2017-2019 гг. наблюдается снижение удельного веса, прочих доходов с уровня 8,58% до 4,77%. Доля прочих расходов за анализируемый период возрастает с 5,25% до 8,51%.

Также за анализируемый период наблюдается тенденция снижения доли прибыли до налогообложения. В 2017 году удельный вес данного показателя существенно снизился до 4,63% в сравнении с предыдущим годом (14,05), а в 2019 году возрос и составил 5,87%.

Можно заметить незначительное снижение удельного веса текущего налога на прибыль (с 2,95% в 2017 году до 1,22% в 2019 году), что является положительным моментом для предприятия.

Доля чистой прибыли в 2018 году значительно снижается до 3,61% по сравнению с предыдущим годом (11,10%), что можно охарактеризовать отрицательно, но в 2019 году заметна небольшая положительная тенденция. Доля данного показателя выросла 1,04% по сравнению с предыдущим годом и составила 4,65%.

Таким образом, наибольший удельный вес в общем объеме выручки в 2017-2019 гг. году заняли себестоимость продаж 74,84%, 77,69%, 71,92% соответственно, валовая прибыль (25,16%, 22,31%, 28,08%) и коммерческие расходы 14,44%, 15,42%, 18,47% соответственно.

Далее проведем вертикальный анализ ООО «Маркес» на основе данных отчета о финансовых результатах предприятия для определения ее доли в общем объеме выручки (таблица К. 4).

В результате проведения вертикального анализа финансовых результатов деятельности предприятия, можно сделать вывод о том, что себестоимость продаж в общем объеме выручки занимает наибольший удельный вес. Ее доля в 2019 году составила 93,78%. Так как показатель себестоимости продаж в 2017-2018 гг. значительно превышает показатель

выручки, её доля составляет 102,16% и 101,11% соответственно, что является отрицательным моментом для компании.

Также из-за превышения показателя себестоимости продаж над показателем выручки напрямую отражается на валовом убытке. Доля валового убытка в 2017-2018 гг. составляет -2,16% и -1,11% соответственно. В 2019 году доля валовой прибыли возросла и составила 6,22%.

Так как за рассматриваемый период в ООО «Маркес» не было коммерческих и управленческих расходов, доля прибыли (убытка) от продаж равно доли валовой прибыли (убытка).

За период 2017-2019 гг. наблюдается снижение удельного веса прочих доходов с уровня 28,86% до 8,88%, что можно оценивать отрицательно. В 2018 году происходит снижение доли прочих расходов до 11,46% по сравнению с предыдущим годом (13,39%), а в 2019 увеличение до уровня 13,24%. В целом за анализируемый период доля прочих расходов хоть и незначительно, но снизилась на 0,15%, что является положительной тенденцией.

Также за анализируемый период наблюдается тенденция снижения доли прибыли до налогообложения. В 2019 году удельный вес показателя снизился до 1,86 в сравнении с 2017 годом, который составлял 13,31%.

Доля чистой прибыли в 2018 году снизилась с уровня 13,31% в 2017 году до -3,40%. В 2019 году удельный вес чистой прибыли имеет тенденцию к увеличению, что является положительным моментом для предприятия. В 2019 году удельный вес данного показателя составил 1,64%.

Таким образом, наибольший удельный вес в общем объеме выручки в 2017-2019 гг. году заняли себестоимость продаж 102,16%, 101,11%, 93,78% соответственно, прочие расходы (13,39%, 11,46%, 13,24%) и прочие доходы 28,86%, 9,17%, 8,88% соответственно.

Проверим выполнение золотого правила экономики в ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» (таблица 5).

Исходя из данных, представленных в таблицах 4, И. 3, К. 4, с помощью (1) составим соотношение темпов роста чистой прибыли, выручки от продаж и стоимости имущества предприятий в 2017-2018 гг. и 2018-2019 гг. соответственно, согласно «золотому правилу экономики»:

ООО «Мартиком»

1) 97,48 > 95,52 > 110,28 > 100%

2) 110,17 > 94,65 > 94,37 > 100%

ООО «Макберри»

1) 26,65 > 82,09 > 95,75 > 100%

2) 95,08 > 73,69 > 97,15 > 100%

ООО «Маркес»

1) -25,44 > 99,66 > 92,64 > 100%

2) -47,45 > 98,10 > 89,16 > 100%

Таблица 5 – Сравнение динамики капитала и финансовых результатов предприятий

Показатель	Значение абсолютной величины, тыс. руб.			Темп роста, %	
	2017	2018	2019	2017-2018	2018-2019
ООО «Мартиком»					
Чистая прибыль	186802	182089	200615	97,48	110,17
Выручка	1769487	1690298	1599856	95,52	94,65
Величина актива	760690	838896	791631	110,28	94,37
ООО «Макберри»					
Чистая прибыль	55697	14843	14113	26,65	95,08
Выручка	501425	411645	303360	82,09	73,69
Величина актива	313859	300506	291954	95,75	97,15
ООО «Маркес»					
Чистая прибыль	46955	-11944	5667	-25,44	-47,45
Выручка	352870	351670	344990	99,66	98,10
Величина актива	279963	259363	231255	92,64	89,16

«Золотое правило экономики» в ООО «Мартиком» за анализируемый период (2017-2019 гг.) не соблюдается, т.к. его суть состоит в том, что темпы роста чистой прибыли должны превышать темпы роста выручки, а темпы роста выручки должны превышать темпы роста активов, темп роста которых, в свою очередь, должен быть выше 100%.

В 2017-2018 гг. в ООО «Мартиком» более высокий темп роста чистой прибыли по отношению к темпу роста выручки, указывает об относительном снижении издержек, связанных со сбытом и приобретением товаров, а также с их продвижением в сфере сбыта. Данное явление является положительным, так как отражает увеличение экономической эффективности предприятия. Низкий темп роста выручки по сравнению с темпом роста активов говорит о снижении эффективности использования ресурсов компании, а также о замедлении оборачиваемости активов предприятия. Темп роста активов превышает 100%, что является положительным моментом, так как происходит увеличение совокупных активов предприятия.

В 2018-2019 гг. более высокий темп роста чистой прибыли по сравнению с темпом роста выручки свидетельствует об относительном снижении издержек обращения, а также о повышении рентабельности хозяйствующего субъекта, что является положительной тенденцией для ООО «Мартиком». Более высокий темп роста выручки по отношению к темпам роста величины актива указывает на повышение эффективности использования ресурсов компании. Темп роста активов ниже 100%, что свидетельствует о сокращении совокупных активов предприятия.

«Золотое правило экономики» в ООО «Макберри» за анализируемый период также не соблюдается. В 2017-2018 гг. в ООО «Макберри» более высокий темп роста выручки по отношению к темпу роста чистой прибыли, указывает об увеличении себестоимости, приобретаемых товаров. Данное явление является отрицательным, так как указывает на снижение экономической эффективности предприятия. Низкий темп роста выручки по сравнению с темпом роста активов говорит о снижении эффективности

использования ресурсов компании, а также о замедлении оборачиваемости активов предприятия. Темп роста активов ниже 100%, что является негативным моментом, так как происходит снижение совокупных активов предприятия.

В 2018-2019 гг. в ООО «Макберри» более высокий темп роста чистой прибыли по сравнению с темпом роста выручки свидетельствует об относительном снижении издержек обращения, а также о повышении рентабельности хозяйствующего субъекта, что является положительной тенденцией для предприятия. Низкий темп роста выручки по отношению к темпам роста величины актива указывает на снижение эффективности использования ресурсов компании. Темп роста активов ниже 100%, что свидетельствует о сокращении совокупных активов предприятия.

За анализируемый период (2017-2019 гг.) в ООО «Маркес» более высокий темп роста выручки по отношению к темпу роста чистой прибыли, указывает об увеличении себестоимости продаж, что является отрицательным моментом, так как указывает на снижение экономической эффективности предприятия. Более высокий темп роста выручки по отношению к темпам роста активов указывает на повышение эффективности использования ресурсов организации. Темп роста активов, который ниже 100% показывает отрицательную динамику, так как происходит снижение совокупных активов предприятия.

Таким образом, оценка финансовых показателей ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» за 2017-2019 гг. согласно «золотому правилу экономики» указывает на то, что финансовое положение предприятий не стабилизировано и далеко от нормативного, что свидетельствует о неэффективном управлении компаниями.

2.3 Анализ прибыли от продаж и показателей рентабельности ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес»

Следующим основным направлением методики анализа финансовых результатов предприятия, изложенной И.В. Кобелевой и Н.С. Ивашиной, выступает факторный анализ прибыли от продаж. Проведем данный анализ ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» на основе отчета о финансовых результатах за 2017-2019 гг. (таблица 6).

Таблица 6 – Исходные данные для проведения факторного анализа прибыли от продаж за 2017-2019 гг.

Показатель	Значение абсолютной величины, тыс. руб.		
	2017	2018	2019
ООО «Мартиком»			
Прибыль от продаж	365011	361359	273688
Выручка	1769487	1690298	1599856
Себестоимость продаж	1135021	1057552	1059807
Коммерческие расходы	202158	26245	31271
Управленческие расходы	67297	245142	235090
ООО «Макберри»			
Прибыль от продаж	53778	28351	29171
Выручка	501425	411645	303360
Себестоимость продаж	375257	319816	218172
Коммерческие расходы	72390	63478	56017
Управленческие расходы	0	0	0
ООО «Маркес»			
Прибыль от продаж	-7608	-3917	21473
Выручка	352870	351670	344990
Себестоимость продаж	360478	355587	323517
Коммерческие расходы	0	0	0
Управленческие расходы	0	0	0

Осуществим факторный анализ прибыли от продаж ООО «Мартиком» за 2018 год:

$$P_{2017} = 1769487 - 1135021 - 202158 - 67297 = 365011 \text{ тыс. руб.}$$

$$P(\text{усл.1}) = 1690298 - 1135021 - 202158 - 67297 = 285822 \text{ тыс.руб.}$$

$$P(\text{усл.2}) = 1690298 - 1057552 - 202158 - 67297 = 363291 \text{ тыс.руб.}$$

$$P(\text{усл.3}) = 1690298 - 1057552 - 26245 - 67297 = 539204 \text{ тыс.руб.}$$

$$P_{2018} = 1690298 - 1057552 - 26245 - 245142 = 361359 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta P = 361359 - 365011 = - 3652 \text{ тыс.руб.}$$

Прибыль от продаж в ООО «Мартиком» в 2018 году сократилась на 3652 тыс. руб., в том числе за счет изменения:

1) выручки:

$$\Delta P_N = 285822 - 365011 = -79189 \text{ тыс.руб.};$$

2) себестоимости продаж:

$$= 363291 - 285822 = 77469 \text{ тыс. руб.};$$

3) коммерческих расходов:

$$= 539204 - 363291 = 175913 \text{ тыс. руб.};$$

4) управленческих расходов:

$$= 361359 - 539204 = -177845 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем совокупное влияние факторов:

$$\Delta P_{2018} = 77469 - 79189 + 175913 - 177845 = - 3652 \text{ тыс. руб.}$$

Прибыль от продаж в 2018 году снизилась в большей степени за счет изменения величины коммерческих расходов (на 175913 тыс. руб.), увеличение которых может быть связано с ростом затрат на реализацию продукции. На величину прибыли от продаж также повлияло снижение выручки предприятия (79189 тыс. руб.) и увеличение себестоимости продаж (на 77469 тыс. руб.).

Проведем факторный анализ прибыли от продаж за 2019 год:

$$P_{2018} = 1690298 - 1057552 - 26245 - 245142 = 361359 \text{ тыс. руб.}$$

$$P(\text{усл.1}) = 1599856 - 1057252 - 26245 - 245142 = 270917 \text{ тыс.руб.}$$

$$P(\text{усл.2}) = 1599856 - 1059807 - 26245 - 245142 = 268662 \text{ тыс.руб.}$$

$$P(\text{усл.3}) = 1599856 - 1059807 - 31271 - 245142 = 263636 \text{ тыс.руб.}$$

$$P_{2019} = 1599856 - 1059807 - 31271 - 235090 = 273688 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta P = 273688 - 361359 = - 87671 \text{ тыс.руб.}$$

Прибыль от продаж в ООО «Мартиком» в 2019 году сократилась на 87671 тыс. руб., в том числе за счет изменения:

1) выручки:

$$\Delta P_N = 270917 - 361359 = - 90442 \text{ тыс.руб.};$$

2) себестоимости продаж:

$$= 268662 - 270917 = - 2255 \text{ тыс. руб.};$$

3) коммерческих расходов:

$$= 263636 - 268662 = - 5026 \text{ тыс. руб.};$$

4) управленческих расходов:

$$= 273688 - 263636 = 10052 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем совокупное влияние факторов:

$$\Delta P_{2019} = - 90442 - 2255 - 5026 + 10052 = - 87671 \text{ тыс. руб.}$$

На снижение величины прибыли от продаж в 2019 году в большей мере повлияло снижение выручки на 90442 тыс. руб., а также увеличение управленческих расходов на 10050 тыс. руб.

Таким образом, в целом финансовый результат ООО «Мартиком» в период 2017-2019 гг. значительно изменился за счет таких факторов как, снижение выручки и повышения коммерческих расходов (рисунок 7). В 2019 году по сравнению с 2018 годом уменьшилось влияние показателей себестоимости продаж и коммерческих расходов, но увеличилось – выручки и управленческих расходов (рисунок 9).

Аналогично осуществим факторный анализ прибыли от продаж ООО «Макберри» за 2018 год. Прибыль от продаж в ООО «Макберри» в 2018 году сократилась на 25427 тыс. руб., в том числе за счет изменения выручки (-89780 тыс.руб), себестоимости продаж (55441 тыс. руб), коммерческих расходов (8912 тыс. руб), управленческих расходов (0 тыс. руб). Совокупное влияние факторов составляет -25427 тыс. руб.

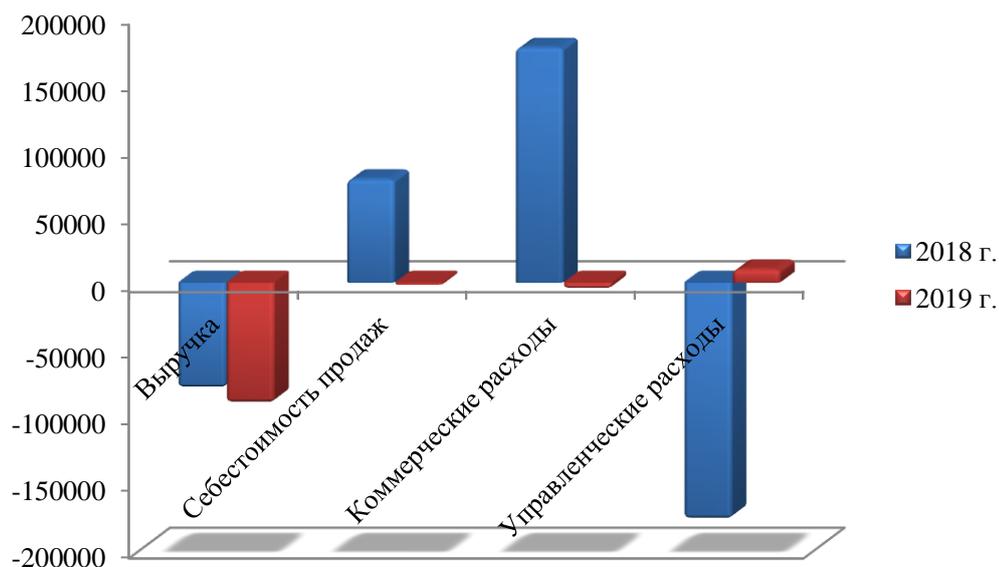


Рисунок 9 – Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

Прибыль от продаж ООО «Макберри» в 2018 году снизилась в большей степени за счет снижения выручки (на 89780 тыс. руб.), увеличение себестоимости продаж (на 55441 тыс. руб.), а также изменения величины коммерческих расходов (на 8912 тыс. руб.), увеличение которых может быть связано с ростом затрат на реализацию продукции.

Факторный анализ прибыли от продаж за 2019 год показал, что прибыль от продаж в ООО «Макберри» в 2019 году увеличилась на 820 тыс. руб., в том числе за счет изменения выручки (-108285тыс.руб), себестоимости продаж (101644 тыс. руб), коммерческих расходов (7461 тыс. руб), управленческих расходов (0 тыс. руб). Совокупное влияние факторов составляет 820 тыс. руб. На увеличение величины прибыли от продаж ООО «Макберри» в 2019 году в большей мере повлияло снижение выручки на 108285 тыс. руб.

Таким образом, в целом финансовый результат ООО «Макберри» в период 2017-2019 гг. изменился за счет таких факторов как, снижение коммерческих расходов и отсутствие управленческих расходов (рисунок 14).

В 2019 году по сравнению с 2018 годом уменьшилось влияние показателей коммерческих расходов, но увеличилось – выручки и себестоимости продаж (рисунок Л. 8).

Осуществим факторный анализ прибыли от продаж ООО «Маркес» за 2018 год. Прибыль от продаж в ООО «Маркес» в 2018 году увеличилась на 3691 тыс. руб., в том числе за счет изменения выручки (- 1200тыс.руб), себестоимости продаж (4891 тыс. руб), коммерческих расходов и управленческих расходов (0 тыс. руб).

Прибыль от продаж ООО «Маркес» в 2018 году увеличилась в большей степени за счет отсутствия коммерческих и управленческих расходов, а также за счет изменения выручки предприятия (1200 тыс. руб.) и себестоимости продаж (4891 тыс. руб.).

Факторный анализ прибыли от продаж за 2019 год показал, что прибыль от продаж в ООО «Маркес» в 2019 году увеличилась на 25390 тыс. руб., в том числе за счет изменения выручки (- 6680), себестоимости продаж (32070 тыс. руб), коммерческих расходов и управленческих расходов (0 тыс. руб). Совокупное влияние факторов составляет 25390 тыс. руб.

Прибыль от продаж ООО «Маркес» в 2019 году увеличилась в большей степени за счет отсутствия коммерческих и управленческих расходов, а также за счет изменения выручки предприятия (6680 тыс. руб.) и себестоимости продаж (32070 тыс. руб.).

Таким образом, финансовый результат ООО «Маркес» в период 2017-2019 гг. значительно улучшился за счет отсутствия таких показателей, как коммерческих и управленческих расходов (рисунок 15), хоть и возросло влияние факторов выручки и себестоимости продаж (рисунок М. 9).

Далее проведем факторный анализ рентабельности деятельности предприятий. Для этого рассчитаем показатели рентабельности ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» за 2017-2019 гг. (таблица 7).

Оценим рентабельность активов ООО «Мартиком» за рассматриваемый период (2017-2019 гг.):

$$R_{A_{2017}} = \frac{365011}{(554568 + 760690)/2} * 100\% = \frac{365011}{657629} * 100\% = 55,50\%$$

$$R_{A_{2018}} = \frac{361359}{(760690 + 838896)/2} * 100\% = \frac{361359}{799793} * 100\% = 45,18\%$$

$$R_{A_{2019}} = \frac{273688}{(838896 + 791631)/2} * 100\% = \frac{273688}{815263,5} * 100\% = 33,57\%$$

Коэффициент рентабельности активов характеризует отдачу от использования всех активов предприятия. Данный показатель в ООО «Мартиком» в 2017 году составляет 55,50% и снижается до 33,57% в 2019 году, это говорит о том, что эффективность деятельности предприятия в целом снизилась на 21,93%, что является негативным фактором. Также по результатам расчета рентабельности активов можно сделать вывод о том, что с каждого затраченного рубля предприятие получает прибыль в размере 55,50% в 2017 году, 45,18% в 2018 году и 33,57% в 2019 году. Аналогично рассчитаем рентабельность активов для ООО «Макберри» и ООО «Маркес».

Коэффициент рентабельности активов в ООО «Макберри» в 2017 году составляет 15,16% и снижается до 9,23% в 2018 году, это говорит о том, что эффективность деятельности предприятия в целом снизилась, что является негативным фактором. В 2019 году наблюдается незначительный рост данного показателя на 0,62%. Также по результатам расчета рентабельности активов можно сделать вывод о том, что с каждого затраченного рубля предприятие получает прибыль в размере 15,16% в 2017 году, 8,23% в 2018 году и 9,85% в 2019 году.

Коэффициент рентабельности активов в ООО «Маркес» в 2017 году равен -2,68% и увеличивается до уровня 8,75% в 2019 году, это говорит о том, что эффективность деятельности предприятия в целом увеличилась, что является положительным моментом. Также по результатам расчета рентабельности активов можно сделать вывод о том, что с каждого затраченного рубля предприятие было в убытке на 2,68% в 2017 году, на

1,45% в 2018 году. И только в 2019 году ситуация меняется, с каждого затраченного рубля предприятие получает прибыль в размере 8,75%.

Таблица 7 -Показатели рентабельности ООО «Мартиком», ООО «Макберри»,ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Наименование показателя	Значение относительной величины, %		
	2017 год	2018 год	2019 год
ООО «Мартиком»			
Рентабельность активов	55,50	45,18	33,57
Рентабельность собственного капитала	107,19	88,33	58,93
Рентабельность продаж	20,63	21,38	17,11
ООО «Макберри»			
Рентабельность активов	15,16	9,23	9,85
Рентабельность собственного капитала	25,77	13,34	14,63
Рентабельность продаж	10,73	6,89	9,62
ООО «Маркес»			
Рентабельность активов	-2,68	-1,45	8,75
Рентабельность собственного капитала	-13,20	-5,12	29,05
Рентабельность продаж	-2,16	-1,11	6,22

Далее оценим рентабельность собственного капитала ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.:

$$R_{СК_{2017}} = \frac{365011}{(296192 + 384849)/2} * 100\% = \frac{365011}{340520,5} * 100\% = 107,19\%$$

$$R_{СК_{2018}} = \frac{361359}{(384849 + 433376)/2} * 100\% = \frac{361359}{409112,5} * 100\% = 88,33\%$$

$$R_{СК_{2019}} = \frac{273688}{(433376 + 495438)/2} * 100\% = \frac{273688}{464407} * 100\% = 58,93\%$$

Коэффициент рентабельности собственного капитала характеризует эффективность и доходность использования собственного капитала. На основе расчета данного показателя можно сделать вывод о том, что в 2017 году каждый рубль собственного капитала приносил ООО «Мартиком» 107,19% прибыли, в 2018 году – 88,33%, и в 2019 году – 58,93. За период

2017-2019 гг. доходность предприятия снизилась на 48,26%, это говорит о том, что новые инвестиции, вложенные в ООО «Мартиком» обеспечивают меньшую прибыль на собственный капитал, чем предыдущие инвестиции.

Аналогично рассчитаем рентабельность собственного капитала для ООО «Макберри» и ООО «Маркес».

Коэффициент рентабельности собственного капитала ООО «Макберри» показал, что в 2017 году каждый рубль собственного капитала приносил предприятию 25,77% прибыли, в 2018 году – 13,34%, и в 2019 году – 14,63%. За период 2017-2019 гг. доходность предприятия снизилась на 11,14%, это говорит о том, что новые инвестиции, вложенные в ООО «Макберри» обеспечивают меньшую прибыль на собственный капитал, чем предыдущие инвестиции.

Коэффициент рентабельности собственного капитала ООО «Маркес» указывает на то, что в 2017-2018 гг. каждый рубль собственного капитала не приносил прибыли предприятию. В 2019 году ситуация меняется, каждый рубль собственного капитала приносил 29,05% прибыли. Рост данного коэффициента указывает на положительную тенденцию, т.к. новые инвестиции, вложенные в ООО «Маркес» обеспечивают большую прибыль на собственный капитал, чем предыдущие инвестиции.

Оценим рентабельность продаж ООО «Мартиком» за рассматриваемый период (2017-2019 гг.):

$$R_{\text{ПП}_{2017}} = \frac{365011}{1769487} * 100\% = 20,63\%$$

$$R_{\text{ПП}_{2018}} = \frac{361359}{1690298} * 100\% = 21,28\%$$

$$R_{\text{ПП}_{2019}} = \frac{273688}{1599856} * 100\% = 17,11\%$$

Коэффициент рентабельности продаж характеризует эффективность деятельности предприятия, а также показывает долю прибыли от продаж в общем объеме выручки предприятия. Можно отметить, что в 2017 году в 1 заработанном рубле содержится 20,63% прибыли, в 2018 – 21,28%, в 2019

году 17,11%. Доходность предприятия в 2018 году по сравнению с предыдущим годом увеличилась на 0,63% и достигла уровня 21,28%, что является положительным фактором. В 2019 году ситуация меняется: доходность предприятия снижается на 4,17%, что говорит о снижении спроса на продукцию предприятия.

Аналогично рассчитаем рентабельность продаж для ООО «Макберри» и ООО «Маркес». Коэффициент рентабельности продаж ООО «Макберри» в 2018 году по сравнению с предыдущим годом снизился на 3,83% и достиг уровня 6,89%, что является отрицательным фактором, говорит о снижении спроса на продукцию предприятия. В 2019 году ситуация меняется, данный коэффициент возрастает до уровня 9,62%, что является положительной тенденцией. Можно отметить, что в 2017 году в 1 заработанном рубле содержится 10,73% прибыли, в 2018 – 6,89%, в 2019 году 9,62%.

Коэффициент рентабельности продаж ООО «Маркес» в 2019 году по сравнению с предыдущими годами возрастает до уровня 6,22%, данное увеличение коэффициента говорит о росте спроса на продукцию предприятия. Можно отметить, что в 2017-2018 гг. в 1 заработанном рубле не имеется прибыли, а наоборот наблюдается убыток, в 2019 году ситуация меняется, в 1 заработанном рубле содержится 6,22% прибыли.

Таким образом, на основе данных таблицы 7 можно сделать вывод о том, что все показатели рентабельности в ООО «Мартиком» и ООО «Макберри» за рассматриваемый период (2015-2017 гг.) имеют тенденцию к снижению, что является негативным фактором для предприятия. В ООО «Маркес» ситуация обратная, все показатели рентабельности возрастают, что можно оценивать положительно, т.к. происходит увеличение прибыли предприятия.

Используя метод расширения факторной модели, определим зависимость рентабельности активов ООО «Мартиком» от таких факторов, как рентабельность продаж и оборачиваемость активов за 2017-2019 гг.

$$R_{A_{2017}} = \left(\frac{365011}{1769487} * \frac{1769487}{657629} \right) * 100\% = 0,2063 * 2,6907 = 55,50\%$$

$$R_{A_{2018}} = \left(\frac{361359}{1690298} * \frac{1690298}{799793} \right) * 100\% = 0,2138 * 2,1134 = 45,18\%$$

$$R_{A_{2019}} = \left(\frac{273688}{1599856} * \frac{1599856}{815263,5} \right) * 100\% = 0,1711 * 1,9623 = 33,57\%$$

На снижение рентабельность активов предприятия на 21,93% в 2015-2017 гг. в большей степени повлияло уменьшение оборачиваемости активов.

Зависимость рентабельности активов ООО «Макберри» от таких факторов, как рентабельность продаж и оборачиваемость активов за 2017-2019 гг. составляет 15,17%, 9,24%, 9,86% соответственно. На снижение рентабельность активов ООО «Макберри» на 5,31% в 2017-2019 гг. также в большей степени повлияло уменьшение оборачиваемости активов предприятия.

Зависимость рентабельности активов ООО «Маркес» от таких факторов, как рентабельность продаж и оборачиваемость активов за 2017-2019 гг. составляет -2,69%, -1,46%, 8,77% соответственно. На увеличение рентабельность активов ООО «Маркес» на 11,46% в 2017-2019 гг. большей степени повлияло рост оборачиваемости активов предприятия, что является положительным моментом для предприятия.

Далее оценим зависимость рентабельности собственного капитала от рентабельности активов и финансового рычага ООО «Мартиком»

$$R_{СК_{2017}} = \left(\frac{365011}{657629} * \frac{657629}{340520,5} \right) * 100\% = 0,5550 * 1,9312 = 107,19\%$$

$$R_{СК_{2018}} = \left(\frac{361359}{799793} * \frac{799793}{409112,5} \right) * 100\% = 0,4518 * 1,9550 = 88,33\%$$

$$R_{СК_{2019}} = \left(\frac{273688}{815263,5} * \frac{815263,5}{464407} \right) * 100\% = 0,3357 * 1,7554 = 58,93\%$$

Рассматривая зависимость собственного капитала от рентабельности активов и финансового рычага ООО «Мартиком», можно прийти к выводу, что в 2018 году снижается рентабельность собственного капитала на 18,86%

(88,33%-107,19%) по сравнению с базисным периодом, а в 2019 году по сравнению с предыдущим на 29,4% (58,93%-88,33%). На снижение данного показателя в большей степени оказывает влияние такой фактор как финансовый рычаг, который зависит от заемного капитала предприятия.

Зависимость рентабельности собственного капитала от рентабельности активов и финансового рычага ООО «Макберри» за 2017-2019 гг. составляет 25,78%, 13,35%, 14,64% соответственно. Рассматривая зависимость собственного капитала от рентабельности активов и финансового рычага ООО «Макберри», можно сделать вывод о том, что за период 2017-2019 гг. наблюдается снижение рентабельности собственного капитала на 11,14%. Данное явление можно объяснить снижением такого фактора, как финансовый рычаг.

Зависимость рентабельности собственного капитала от рентабельности активов и финансового рычага ООО «Маркес» за период 2017-2019 гг. составляет -13,20%, -5,15%, 29,08% соответственно. Рассматривая зависимость собственного капитала от рентабельности активов и финансового рычага ООО «Маркес», можно прийти к выводу, что в 2019 году наблюдается значительный рост данного показателя до уровня 29,08%. На рост рентабельности собственного капитала в большей степени оказывает влияние такой фактор рентабельности активов.

Также используя метод расширения факторной модели, определим зависимость рентабельности продаж ООО «Мартиком» от таких факторов, как выручки и себестоимости продаж предприятия за 2017-2019 гг.

$$R_{\text{ПП}_{2017}} = \frac{(1769487 - 1135021)}{1769487} * 100\% = 0,3586 * 100\% = 35,86\%$$

$$R_{\text{ПП}_{2018}} = \frac{(1690298 - 1057552)}{1690298} * 100\% = 0,3743 * 100\% = 37,43\%$$

$$R_{\text{ПП}_{2019}} = \frac{(1599856 - 1059807)}{1599856} * 100\% = 0,3376 * 100\% = 33,76\%$$

Зависимость рентабельности продаж обуславливается в большей степени величиной себестоимости продаж, которая находится в обратной

зависимости с рентабельностью, а также величиной выручки, которая находится в прямой зависимости. В 2018 году наблюдается увеличение рентабельности продаж по сравнению с 2017 годом на 1,57%, которое объясняется тем, что выручка растет более быстрыми темпами по отношению к себестоимости продаж предприятия. В 2019 году ситуация меняется: рентабельность продаж снижается на 3,67%. Это связано с тем, что себестоимость продаж растет более быстрыми темпами, чем выручка ООО «Мартиком».

Зависимость рентабельности продаж ООО «Макберри» от таких факторов, как выручки и себестоимости продаж предприятия за 2017-2019 гг. составляет 25,17%, 22,31%, 28,09% соответственно. Рассматривая зависимость рентабельности продаж ООО «Макберри» от выручки и себестоимости продаж, можно сделать вывод о том, что в 2018 году происходит снижение показателя рентабельности продаж на 2,86% по сравнению с предыдущим годом, это связано с тем, что себестоимость продаж растет более быстрыми темпами, чем выручка предприятия. В 2019 году наблюдается обратная ситуация, данный показатель возрастает на 5,78%, это объясняется тем, что выручка растет более быстрыми темпами по отношению к себестоимости продаж ООО «Макберри».

Зависимость рентабельности продаж ООО «Маркес» от таких факторов, как выручки и себестоимости продаж предприятия за 2017-2019 гг. составляет -2,16%, -1,12%, 6,23%. В ООО «Маркес» в 2019 году наблюдается увеличение рентабельности продаж по сравнению с 2017 годом на 8,39%, которое объясняется тем, что выручка растет более быстрыми темпами по отношению к себестоимости продаж предприятия.

Затем рассчитаем пути увеличения прибыльности ООО «Мартиком», для этого представим среднюю величину активов через стоимость основного и оборотного капитала компании.

$$R_{A_{2017}} = \left(\frac{\frac{365011}{2}}{\frac{6073 + 4489}{2} + \frac{548495 + 756201}{2}} \right) * 100\% = \left(\frac{365011}{5281 + 652348} \right) = 55,50\%$$

$$R_{A_{2018}} = \left(\frac{\frac{361359}{2}}{\frac{4489 + 1790}{2} + \frac{756201 + 837106}{2}} \right) * 100\% = \left(\frac{361359}{3139,5 + 796653,5} \right) = 45,18\%$$

$$R_{A_{2019}} = \left(\frac{\frac{273688}{2}}{\frac{1790 + 1000}{2} + \frac{837106 + 790631}{2}} \right) * 100\% = \left(\frac{273688}{1395 + 813868,5} \right) = 33,57\%$$

Снижение показателя рентабельности актива с 55,50% в 2017 году до уровня 33,57% в 2019 году вызвано снижением прибыли предприятия. Для увеличения рентабельности активов ООО «Мартиком» необходимо ускорить оборот активов, при этом увеличив долю заемных средств.

Далее произведем расчет увеличения прибыльности ООО «Макберри» за 2017-2019 гг., представив среднюю величину активов через стоимость основного и оборотного капитала компании. Расчеты за рассматриваемый период составляют 15,16%, 9,23% и 9,85% соответственно. Снижение показателя рентабельности актива ООО «Макберри» в 2019 году на 5,31% по сравнению с 2017 годом вызвано снижением прибыли предприятия. Для увеличения рентабельности активов предприятию рекомендуется ускорить оборот активов.

Рассчитаем увеличения прибыльности ООО «Маркес» за 2017-2019 гг., представив среднюю величину активов через стоимость основного и оборотного капитала компании. Расчеты за рассматриваемый период составляют -2,68%, -1,46% и 8,76 % соответственно. В ООО «Маркес» в 2019 году наблюдается рост показателя рентабельности актива на 11,44% по сравнению с 2017 годом, который вызван увеличением прибыли предприятия, что является положительной тенденцией.

Определим оптимальность распределения и использования прибыли предприятия с помощью коэффициентов, представленных в пункте 1.3 магистерской диссертации.

Рассчитаем коэффициент чистой прибыли ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

$$\text{КЧП}_{2017} = \frac{186802}{634466} * 100\% = 29,44\%$$

$$\text{КЧП}_{2018} = \frac{182089}{632746} * 100\% = 28,69\%$$

$$\text{КЧП}_{2019} = \frac{200615}{540049} * 100\% = 37,13\%$$

Рассчитаем коэффициент капитализации прибыли ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

$$\text{ККП}_{2017} = \frac{364584 - 294192}{186802} * 100\% = \frac{70392}{186802} * 100\% = 37,68\%$$

$$\text{ККП}_{2018} = \frac{413111 - 364584}{182089} * 100\% = \frac{48527}{182089} * 100\% = 26,65\%$$

$$\text{ККП}_{2019} = \frac{474873 - 413111}{200615} * 100\% = \frac{61762}{200615} * 100\% = 30,79\%$$

Рассчитаем коэффициент потребления прибыли ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг.

$$\text{КПП}_{2017} = \frac{186802 - 70392}{186802} * 100\% = \frac{116410}{186802} * 100\% = 62,32\%$$

$$\text{КПП}_{2018} = \frac{182089 - 48527}{182089} * 100\% = \frac{133562}{182089} * 100\% = 73,35\%$$

$$\text{КПП}_{2019} = \frac{200615 - 61762}{200615} * 100\% = \frac{138853}{200615} * 100\% = 69,21\%$$

На основе рассчитанных коэффициентов эффективности использования прибыли ООО «Мартиком» за 2017-2019 гг. можно сделать вывод о том, что доля чистой прибыли предприятия в общей величине валовой прибыли в 2017 году составляет 29,44% и снижается до уровня 28,69% в 2018 году, что следует оценивать отрицательно. В 2019 году удельный вес чистой прибыли в общей величине валовой прибыли возрастает до 37,17%. Увеличение данного коэффициента свидетельствует о положительных тенденциях деятельности предприятия, что указывает на то, что предприятие имеет способность держать свои расходы под контролем.

В 2018 году величина коэффициента капитализации прибыли снижается на 11,03% по сравнению с предыдущим годом и достигает уровня 26,65%, что следует оценивать положительно. Такое снижение показателя указывает на то, что компания финансирует свою деятельность за счет собственных средств, а также увеличивается его инвестиционная привлекательность. В 2019 году ситуация меняется: коэффициент капитализации прибыли составляет 30,79%. Изменение данного показателя на 4,14% свидетельствует о том, что снижается инвестиционная привлекательность организации и увеличивается риск предпринимательской деятельности.

Коэффициент потребления прибыли ООО «Мартиком» за период 2017-2019 гг. увеличивается с 62,32% до 69,21%, что является положительной тенденцией, указывающей на повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Аналогично рассчитаем данные коэффициенты ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Коэффициент чистой прибыли в 2017-2019 гг. составляют -617,18%, 304,93%, 26,39% соответственно. Увеличение данного коэффициента свидетельствует о положительных тенденциях деятельности предприятия, что указывает на то, что предприятие имеет способность держать свои расходы под контролем. Коэффициент капитализации прибыли ООО «Маркес» равен в 2017 году 103,95%, в 2018 году 91,63%, в 2019 году 99,98%. Снижение данного показателя на 3,97% за период 2017-2019 гг. указывает на то, что компания финансирует свою деятельность за счет собственных средств, а также увеличивается его инвестиционная привлекательность. Коэффициент потребления прибыли ООО «Маркес» за 2017-2019 гг. составляет -3,95%, 8,37%, 0,02% соответственно. Увеличение показателя является положительной тенденцией, указывающей на повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Расчет коэффициентов эффективности использования прибыли ООО «Маркес» за 2017-2019 гг. показали, что доля чистой прибыли предприятия в общей величине валовой прибыли в 2017 году составляет -617,18% и увеличивается до уровня 304,93% в 2018 году, что следует оценивать положительно, так как увеличение данного коэффициента указывает на то, что предприятие имеет способность держать свои расходы под контролем. В 2019 году удельный вес чистой прибыли в общей величине валовой прибыли снижается до 26,39%. Сокращение данного коэффициента свидетельствует о негативных тенденциях деятельности предприятия, что указывает на то, что предприятие не способно держать свои расходы под контролем.

В 2018 году величина коэффициента капитализации прибыли снижается на 12,32% по сравнению с предыдущим годом и достигает уровня 91,63%, что следует оценивать положительно. Такая динамика указывает на то, что компания финансирует свою деятельность за счет собственных средств, тем самым увеличивая свою инвестиционную привлекательность. В 2019 году ситуация меняется: коэффициент капитализации прибыли возрастает на 8,35% и достигает уровня 99,98%. Увеличение данного показателя говорит о том, что снижается инвестиционная привлекательность организации, а также увеличивается риск предпринимательской деятельности.

Коэффициент потребления прибыли ООО «Маркес» в 2018 году увеличивается на 12,32%, достигая уровня 8,37%, что является положительной тенденцией, указывающей на повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта. В 2019 году ситуация меняется: данный показатель снижается до уровня 0,02%, что следует оценивать отрицательно, так как снижается эффективность деятельности ООО «Маркес».

Рассчитаем данные коэффициенты ООО «Макберри» за 2017-2019 гг. Коэффициент чистой прибыли в 2017-2019 гг. составляют 44,15%, 16,16%, 16,57% соответственно. Коэффициент капитализации прибыли предприятия

равен в 2017 году 33,90%, в 2018 году -76,13%, в 2019 году -105,65%. Коэффициент потребления прибыли за 2017-2019 гг. составляет 66,10%, 176,13%, 205,65% соответственно.

Коэффициент чистой прибыли ООО «Макберри» за период 2017-2019 гг. снизился с уровня 44,15% до 16,57%. Данное снижение следует оценивать отрицательно, т.к. предприятие не способно держать свои расходы под контролем. В 2019 году данный показатель хоть и незначительно, но увеличивается, что указывает на то, что руководство предприятия предприняли меры по контролю расходов организации.

За период 2017-2019 гг. величина коэффициента капитализации прибыли снижается на 139,55% с уровня 33,90% до -105,65%, что следует оценивать положительно. Такое снижение показателя указывает на то, что ООО «Макберри» финансирует свою деятельность за счет собственных средств, а также увеличивается его инвестиционная привлекательность.

Коэффициент потребления прибыли ООО «Макберри» за период 2017-2019 гг. увеличивается с 66,10% до 205,65%, что является положительной тенденцией, указывающей на повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

В результате проведения анализа финансовых результатов и использования прибыли предприятий в отрасли производства и продажи мебельной фурнитуры за 2017-2019 гг. можно сделать следующие выводы:

- анализ динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Мартиком» выявил у предприятия значительные проблемы с эффективностью финансовых результатов деятельности. Так как выручка и валовая прибыль падают с нарастающим темпом, себестоимость же, напротив – растет. И если с финансовой и инвестиционной деятельностью в 2019 году у предприятия все хорошо, то результаты основной деятельности требуют срочного вмешательства руководства организации. В ООО «Макберри» в 2019 году также наблюдается значительный рост чистой прибыли, что является положительным моментом.

У предприятия не наблюдается проблем с эффективностью финансовых результатов, т.к. заметно снижение себестоимости, при условии того, что снижается выручка и увеличивается валовая прибыль компании, но руководству компании необходимо обратить внимание на развитие основного вида деятельности. В ООО «Маркес» в 2019 году выручка и валовая прибыль падают нарастающим темпом, это говорит о том, что у компании наблюдаются проблемы с эффективностью финансовых результатов, и только снижение себестоимости продаж не позволило значительно снизиться чистой прибыли предприятия, что является положительным моментом.

- анализ структуры прибыли ООО «Мартиком» показал, что наибольший удельный вес в общем объеме выручки в 2017 году заняли себестоимость продаж (64,14%), валовая прибыль (35,86%) и прибыль от продаж (20,63%). В 2018-2019 годах наибольшую долю заняли себестоимость продаж (в 2016 году - 62,57%, в 2017 году – 66,24%), валовая прибыль (в 2018 году – 37,43%, в 2019 году – 33,76%), а также прочие расходы (в 2018 году- 26,30%, в 2019 году – 28,65%). Это свидетельствует о том, что расходы, связанные с прочими видами деятельности, существенно влияют на чистую прибыль предприятия. Наибольший удельный вес в общем объеме выручки в ООО «Макберри» в 2017-2019 гг. заняли себестоимость продаж 74,84%, 77,69%, 71,92% соответственно, валовая прибыль (25,16%, 22,31%, 28,08%) и коммерческие расходы 14,44%, 15,42%, 18,47% соответственно. Это говорит о том, что на снижение чистой прибыли предприятия значительно повлияли коммерческие расходы. В ООО «Маркес» в 2017-2019гг. наибольший удельный вес в общем объеме выручки заняли себестоимость продаж 102,16%, 101,11%, 93,78% соответственно, прочие расходы (13,39%, 11,46%, 13,24%) и прочие доходы 28,86%, 9,17%, 8,88% соответственно. Это указывает на то, что на величину чистой прибыли влияют как доходы, так и расходы от прочих видов деятельности предприятия;

- оценка финансовых показателей ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» за 2017-2019 гг. согласно «золотому правилу экономики» указывает на то, что финансовое положение предприятий не стабилизировано и далеко от нормативного, что свидетельствует о неэффективном управлении компаниями, так как его суть состоит в том, что темпы роста чистой прибыли должны превышать темпы роста выручки, а темпы роста выручки должны превышать темпы роста активов, темп роста которых, в свою очередь, должен быть выше 100%;

- результаты, полученные в процессе проведения факторного анализа прибыли от продаж ООО «Мартиком» свидетельствуют о том, что данный показатель в 2017-2019 гг. снизился за счет изменения величины коммерческих расходов (на 175913 тыс. руб.), а также за счет изменения величины выручки предприятия (на 11253 тыс. руб.). В ООО «Макберри» в целом финансовый результат в период 2017-2019 гг. изменился за счет таких факторов как, снижение коммерческих расходов (1451 тыс. руб.) и отсутствие управленческих расходов. В ООО «Маркес» за рассматриваемый период прибыль от продаж увеличилась за счет отсутствия таких показателей как, коммерческих и управленческих расходов, хоть и возросло влияние факторов выручки и себестоимости продаж на 5480 тыс. руб. и 27179 тыс. руб. соответственно;

- факторный анализ показателей рентабельности ООО «Мартиком» и ООО «Макберри» выявил, что все показатели рентабельности предприятий за 2017-2019 гг. имеют отрицательную динамику. Для увеличения рентабельности ООО «Мартиком» и ООО «Макберри» необходимо разработать мероприятия по управлению дебиторской задолженностью за счет контроля её величины, запасами путем разработки детального плана закупок и составления прогноза продаж, денежными средствами за счет ускорения денежных поступлений и оптимизации остатков денежных средств, а также внеоборотными активами путем оптимального их обновления. В ООО «Маркес» все показатели рентабельности имеют

положительную динамику, это указывает на то, что предприятие стремительно развивается, растущая прибыль позволяла компании без потерь наращивать объем чистого собственного капитала, увеличивает количество продаж, а также снижает себестоимость продукции

Таким образом, сделаем вывод: финансовые результаты ООО «Мартиком» и ООО «Макберри» за 2015-2017 гг. имеют отрицательную динамику. Рассчитанные показатели характеризуют неэффективную деятельность предприятия, при которой следует разработать мероприятия, направленные на повышение общего финансового результата предприятия. В ООО «Маркес» наблюдается обратная ситуация по сравнению с ООО «Мартиком» и ООО «Макберри», данное предприятие имеет положительную динамику, которая указывает на то, что компания стремительно развивается, растущая прибыль позволяет без потерь наращивать ей объем чистого собственного капитала, увеличивается количество продаж, а также снижается себестоимость продукции.

3 Направления совершенствования оценки финансовых результатов и использования прибыли предприятия

3.1 Разработка мероприятий по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли компании в области производства и продажи мебели

Прибыль, которая находится в распоряжении у предприятия, выступает одним из главных источников финансирования экономического развития предприятия. Отсюда следует, что любой хозяйствующий субъект нуждается в выявлении путей увеличения прибыли для дальнейшего эффективного функционирования финансовой деятельности.

Прибыль предприятия зависит от таких факторов как, уровня производственных издержек и прочих расходов, цены и объемы сбыта производимой продукции и услуг. Таким образом, выделяют следующие мероприятия, направленные на увеличение прибыли предприятия:

- рост объемов продаж напрямую зависит на рост объемов выручки компании. К увеличению объема продаж можно прийти за счет роста переменных затрат предприятия, при условии того, что показатель постоянных затрат при этом будет неизменный, при этом совокупные операционные затраты будут меньше показателя выручки, и как следствие произойдет рост прибыли от продаж;

- снижение себестоимости выступает одним из важнейших резервов по увеличению прибыли, при условии того, что сокращение затрат никак не скажется на качестве производимой продукции. На промышленных предприятиях следует найти резервы сокращения производственных издержек обращения. К снижению себестоимости можно выйти за счет оптимального сокращения расхода материальных расходов, транспортных издержек, оптимизации коммерческих расходов, модернизация условий оплаты труда персонала;

- эффективность управленческого фактора, который состоит из исследований и разработок политики предприятия. На рост прибыли и сокращения затрат влияет реализация научно-технического прогресса. Для рационализации использования ресурсов хозяйствующим субъектам необходимо планировать свою хозяйственную деятельность. Многие компании неспособны за короткий промежуток времени пополнить собственные оборотные средства и финансировать капитальные вложения, поэтому каждое предприятие должно знать свои возможности по определению финансовых проблем. Увеличению прибыли также способствует хорошо разработанная маркетинговая политика предприятия.

Производство и продажа мебели и ее комплектующих занимает одно из ключевых мест среди отраслей лесопромышленного комплекса Российской Федерации. Мебельная промышленность в России после 90-х гг. XX в. функционирует по рыночным законам. Развитие мебельных компаний соответствует потребностям стратегической концепции структурного развития национальной экономики, которая в свою очередь направлена на приоритетную модернизацию производства в обрабатывающих сегментах промышленности.

По данным Росстата, потребление фурнитуры российской мебельной промышленностью составляет около 829,3 млн. долларов. Официальные данные Росстата отличаются от экспертных данных примерно в 2 раза. По данным маркетингового агентства «Экспресс-Обзор», доля импорта составляет 63% от общего потребления. По оценке компании DISCOVERY Research Group, потребление фурнитуры российской мебельной промышленностью составляет 1 800 млн. долларов с учетом теневой составляющей, при этом доля импортных комплектующих составляет 1 080 млн. долларов.

Также объем производства мебели в России в 2020 г. снизился на 9,7% относительно 2019 г. и составил 158,72 млрд. рублей (в ценах поставщиков), при этом объем продаж на рынке вырос по сравнению с уровнем 2019 г. и

составил 589 млрд. рублей (в ценах реализации). Но в июле 2020 года после снятия карантинных ограничений в большинстве регионах, в том числе в Москве и Московской области наметилась положительная динамика по восстановлению спроса в отрасли производства, следовательно, и продажи мебели +12,8% в годовом выражении после 3,2% несколько месяцев ранее.

С учетом специфики предприятий по производству и продаже мебели следует уточнить понятие финансового результата. Так, для предприятий данной сферы под финансовым результатом стоит понимать базовую экономическую категорию, характеризующую финансовое положение предприятия по производству и продаже мебели в определенный период времени в положительном или отрицательном ключе.

Целью анализа финансовых предприятий в области производства и продажи мебели является изучение факторов влияющих на величину прибыли (или убытка) и выявление резервов для их повышения.

Задачами анализа финансовых результатов служат:

1. Изучение движения денежных средств предприятий.
2. Исследование финансовых результатов с помощью предикативной модели детерминированного факторного анализа.
3. Анализ абсолютных и относительных показателей финансовых результатов.
4. Выявление резервов увеличения прибыли.
6. Разработка прогнозных показателей прибыли с учетом перспектив развития предприятия.
7. Построение и решение экономико-математической модели, направленной на максимизацию финансового результата.

Вместе с тем следует отметить, что на финансовые результаты предприятий в области производства и продажи мебели подвержены влиянию ряда факторов (таблица 8).

Таблица 8 – Факторы, влияющие на финансовые результаты предприятий в области производства и продажи мебели (составлено автором)

Наименование фактора	Положительное влияние	Отрицательное влияние
1. Внешние факторы		
Политико-правовое поле	Субсидии, государственная поддержка, льготное кредитование	Повышение НДС в 2019 году, несовершенно законодательство в предпринимательской сфере и т.д.
Природные факторы и территориальное месторасположение	Близость к ресурсам, необходимым для производства (сокращение затрат на транспортировку), благоприятные природные условия (экономия на электроэнергии, отоплении и т.д.)	Неблагоприятные природные условия, отдаленность ресурсов, малая доля потребителей и т.д.
Социально-экономические факторы	Присутствие в регионе большой доли рабочей силы, потребителей, высокие доходы населения	Ограничения и запреты, связанные с эпидемией Ковид-19, низкие доходы населения, инфляция, повышение цен на материально-технические ресурсы, ценовая политика на ресурсы (древесина)
Внешнеэкономические связи	Возможность расширения деятельности за счет экспорта	Санкции, соотношения результатов деятельности предприятий от состояния мирового рынка, валютные риски
2. Внутренние факторы		
Финансовая политика предприятия	Качественный финансовый менеджмент, применение финансового планирования	Неразвитость финансового менеджмента, а также отсутствие финансового планирования на предприятии
Кадровый состав и производительность труда	Наличие компетентного руководства и специалистов в данной области, оптимальная и высокая производительность	Отсутствие кадровой политики, текучесть персонала, низкая производительность
Качество продукции	Борьба за качество выпускаемой продукции, постоянное повышение ее конкурентоспособности (использование качественных материалов для производства)	Низкое качество продукции, постоянная нерациональная экономия на ресурсах и составляющих
Ценовая политика предприятия	Оптимальная ценовая политика позволяет поддерживать должный уровень продаж	Отсутствие ценовой политики на предприятии, завышенная цена на продукцию, явно не соответствие цены товара и его качества

Продолжение таблицы 8

Ресурсы	Близость поставщиков, заключение долгосрочных договоров на поставку	Отдаленность поставщиков, подорожание топлива
Объем продаж	С ростом объемов продаж увеличивается и прибыль	Снижение объемов продаж ведет к уменьшению прибыли

Отрицательное влияние внешних факторов на финансовые результаты предприятий в области производства и продажи мебели можно компенсировать лишь частично. Это связано с отсутствием возможности напрямую влиять на ряд природных и социально-экономических условий, которые формируют предпринимательскую среду в целом.

Изучив внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на финансовые результаты деятельности предприятий в области производства и продажи мебели, можно отметить, что повышение финансовых результатов возможно за счет увеличения объема реализации продукции, снижение её себестоимости, повышение уровня действующих цен и качества продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д.

Однако следует разработать и иные мероприятия, целью которых является повышение финансовых результатов. Они направлены на снижение отрицательного влияния внутренних факторов. Прежде всего, следует акцентировать внимание на трех проблемах, которые можно устранить при проведении правильной финансовой политики на предприятиях рассматриваемой сферы.

Для решения вопроса, связанного с повышением финансовых результатов предприятий в области производства и продажи мебели предлагаем мероприятия, представленные на рисунке 10.



Рисунок 10 - Комплекс мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятий в области производства и продажи мебели (составлено автором)

Проанализируем предложенный комплекс мероприятий на примере ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес».

Первое мероприятие связано с внедрением автоматизированной системы финансового планирования Docsvision.

Для автоматизации решения многих финансовых задач и экономии управленческих расходов предлагаем внедрить в перечисленные предприятия систему автоматизированной системы финансового планирования Docsvision. Схема автоматизированной системы финансового планирования Docsvision представлена на рисунке 11.



Рисунок 11 - Схема автоматизированной системы финансового планирования

Docsvision обеспечит автоматизированное формирование годового бюджета рассматриваемых предприятий, согласование текущих корректировок в режиме реального времени, формирование прогнозов исполнения бюджета, оперативное управление платежами и решение ряда других задач в кратчайшие сроки и на самом высоком профессиональном уровне.

Docsvision состоит из трёх функциональных подсистем:

- подсистема финансового планирования, обеспечивающая автоматизацию процессов финансового планирования, бюджетирования, прогнозирования и план-фактного анализа.

- подсистема контроля платежей, предназначенная для автоматизации процессов управления исходящими платежами.

Подсистема консолидации информации и отчётности, интегрирующая фактическую информацию из разнородных информационных систем в соответствии с требованиями финансового планирования и аналитической отчётности.

Внедрение системы финансового планирования Docsvision даст возможность решать следующие финансовые задачи:

- сокращение сроков подготовки годовых бюджетов, их корректировки и согласования;

- сокращение трудоёмкости и повышение эффективности подготовки бюджетов, сведение ошибок к минимуму;

- автоматическое формирование финансовых бюджетов на базе утверждённых операционных бюджетов, нормативов, исторических плановых и фактических данных;

- вариантное планирование в соответствии с разработанными сценариями и заданными макроэкономическими показателями;

- формирование целевых показателей деятельности;

- расчёт плановой и анализ фактической рентабельности;

– прозрачность исполнения бюджетов, план-фактный анализ.

Опыт внедрения данной системы другими предприятиями торговой сферы свидетельствует, что внедрение данной системы позволяет снизить коммерческие затраты на 25%. Стоимость Системы Docsvision составляет 4100 тыс. руб.

Второе мероприятие направлено на рост выручки ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» за счет ускорения оборота.

Для наращивания выручки предлагаем заключение новых договоров с изменёнными условиями оплаты (1-оплата 50% авансом и этапами, 2% – пени за просрочку платежей).

В 2019 г. в ООО «Мартиком» размер дебиторской задолженности составлял 295379 тыс. руб. Благодаря предлагаемым мерам удастся сократить дебиторскую задолженность на 50%. Таким образом, размер дебиторской задолженности ООО «Мартиком» составит 147689,5 тыс. руб.

В ООО «Макберри» размер дебиторской задолженности в 2019 г. составлял 34485 тыс. руб. В результате сокращения на 50% она составит 28311 тыс.руб.

В ООО «Маркес» в том же 2019 г. данная сумма составляла 15276 тыс. руб. То есть сокращение планируется до 7638 тыс. руб.

Ускорение оборачиваемости происходит за счёт:

1. Роста выручки;
2. Снижения оборотных активов (уменьшение дебиторской задолженности).

Даже при сохранении прежних объёмов реализации, сокращение размера дебиторской задолженности в ООО «Мартиком» до 147689,5 тыс. рублей, позволит увеличить коэффициент оборачиваемости с 2,02 до 2,49. Соответственно период оборота сократится с 180,4 до 146,7 дней.

В ООО «Макберри» сокращение дебиторской задолженности на 50% позволит увеличить коэффициент оборачиваемости с 1,04 до 1,06, а период оборота сократить с 361 дня до 344.

В ООО «Маркес» сокращение размера дебиторской задолженности до 7638 тыс. руб. позволит увеличить коэффициент оборачиваемости с 1,53 до 1,58. При этом период оборота сократится с 239 дней до 231.

Экономический эффект в результате ускорения оборачиваемости капитала выражается в относительном высвобождении средств из оборота и проявляется в увеличении суммы выручки и суммы прибыли.

Полученную дополнительную прибыль направим на сокращения кредиторской задолженности рассматриваемых предприятий.

Рассмотрим мероприятия по снижению текущих затрат и поиску резервов роста прибыли ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес».

Одним из методов повышения финансовых результатов предприятия является совершенствование управления его текущими затратами. Для повышения эффективности своей деятельности следует принять ряд мер по оптимизации текущих затрат.

Для снижения текущих затрат предлагается:

- экономить текущие расходы путём экономии расходов на коммунальные услуги: электроэнергию, услуги связи;
- провести снижение управленческих затрат путём внедрения новых технологий.

По моему мнению ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» необходимо экономить текущие расходы путём экономии расходов на: электроэнергию, услуги связи, транспортные услуги.

Для снижения расходов на электроэнергию предлагаем на предприятиях по производству и продаже мебели провести замену ламп накаливания на экономные ЛЕД лампы. Эффективность внедрения мер по экономии электроэнергии составит 74%.

Для экономии текущих расходов на услуги связи ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» предлагается ограничить время оплачиваемой мобильной связи сотрудникам.

На любом предприятии в области производства и продажи мебели необходимо искать резервы роста прибыли. В первую очередь этого можно достичь путем увеличения реализации объема продукции и снижения ее себестоимости.

Предложениями по улучшению финансовых результатов деятельности в ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» являются:

- разработка гибкой по отношению к покупателям ценовой политики;
- совершенствование и повышение эффективности рекламной деятельности;
- применение мер по снижению бракованной продукции;
- подготовка и обучение новых кадров, повышение квалификации имеющихся кадров;
- разработка системы премирования работников за достижение определенных финансовых результатов;
- разработка системы депремирования за нарушение трудовой дисциплины;
- повышение контроль за основными технологическими стадиями.

Еще одно мероприятие связано с анализом производимой продукции на предмет оптимизации ее выпуска. Для поддержания конкурентоспособности любого предприятия в области производства и продажи мебели следует обновлять ассортимент производимой продукции в зависимости от ряда условий.

Так, для ООО «Мартиком» можно предложить проект по производству древесноволокнистой плиты средней плотности, предусматривающий увеличение мощностей по производству МДФ панелей (до 564 тыс. куб. м. в год) – ввод в действие предусмотрен в 2021 году. В настоящее время именно российские производители МДФ плит обладают главным преимуществом по себестоимости производства по сравнению с производителем из зарубежных стран, которое заключается в расположении производственных предприятий вблизи с границей с экспортным рынком. Отсюда следует, что развитие

транспортной инфраструктуры в большей степени определяет перспективы российского экспорта. Для ООО «Мартиком» удобной логистической сетью будет выступать хаб Ворсино в Калужской области, который расположен в 200 км от Московской области, реализованный в рамках «нового шелкового пути» для упрощения российским экспортерам доступ к китайскому рынку.

Для ООО «Макберри» и ООО «Маркес» можно предложить проект по увеличению производства древесно-стружечной плиты, более дешевого материала по отношению в МДФ. Данный проект предусматривает увеличение мощностей ДСП до 264 тыс. куб. м в ООО «Макберри» и до 73,8 тыс. куб. м в ООО «Маркес» - ввод в действие предусмотрен в 2021 году. Логистической сетью будет выступать хаб Ворсино в Калужской области для экспорта древесины в Китай, как так его доля в структуре российского экспорта ДСП на сегодняшний день остается небольшой – 1,1%.

Реализация данных проектов в ООО «Мартиком», ООО «Макберри» и ООО «Маркес» поможет к 2030 году стране выйти на уровень 25-35% доли экспорта по производству ДСП, и уровень 25-40% по экспорту МДФ.

Таким образом, деятельность предприятий по производству и продаже мебели Московской области будет направлена на формирование и модернизацию приоритетных производств и видов деятельности. Важной составляющей является вертикальная интеграция и создание усилий на производстве материалов с высокой добавленной стоимостью. Поэтому инвестиционные программы для предприятий в области производства и продажи мебели должны включать в себя проекты по импортозамещению, развитию производственных мощностей, а также строительство новых установок для обеспечения надежного и качественного производства мебели.

Таким образом, предлагаем следующий комплекс мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятий в области производства и продажи мебели: рост выручки путем ускорения оборота оборотного капитала, сокращение текущих затрат предприятия, поиск резервов роста прибыли, внедрение автоматизированной системы финансового

планирования Docsvision; анализ производимой продукции на предмет оптимизации ее выпуска.

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий для предприятий по производству и продаже мебели

В условиях рыночной экономики главной целью любого предприятия является стремление выйти на положительный финансовый результат, а также добиться того объема прибыли, который позволял бы компании прочно удерживать свои позиции на рынке сбыта.

Так как коэффициенты распределения и использования прибыли предприятий, а также результаты анализа, проведенного в главе 2, показали наметившуюся отрицательную тенденцию по эффективности работы с прибылью, поэтому необходимо разрабатывать мероприятия по ее устранению.

Среди перечисленных в предыдущем пункте факторов особое внимание следует уделить зависимости хозяйственной деятельности от внешних факторов, к которым также относится ценовая политика на древесину, пиломатериалы, а также транспортные расходы. Все это существенно может снизить конкурентные преимущества предприятий по производству и продаже мебели, в том числе и ООО «Мартиком». Сокращение влияния данного фактора включает в себя разработки политики, которая направлена на оптимизацию расходов на сырье, развитие и урегулирование логистических сетей, сокращение энергоемкости производства, а также реализация собственных производственных мощностей. Если у компании появится возможность выступать экспортером своей продукции, то также следует уделить внимание такому фактору как зависимость деятельности предприятия от конъюнктуры мирового рынка, так как его финансовое состояние будет зависеть от спроса и ценообразования на

рынках корпусной мебели. Вместе с тем деятельность ООО «Макберри» и ООО «Маркес» в структуре обязательств имеют небольшую долю кредитов и займов, выраженную в иностранной валюте, что указывает о зависимости хозяйствующей деятельности от валютных рисков.

Для увеличения прибыли и как следствие финансового результата ООО «Мартиком» необходимо применять мероприятия, описанные в предыдущем пункте:

1. Прежде всего проведем оценку внедрения в ООО «Мартиком» системы автоматизации управленческой отчетности Docsvision.

Благодаря внедрению данной системы автоматизации управленческой отчетности планируется снизить коммерческие затраты на 25%. Расчет эффективности внедрения в ООО «Мартиком» системы автоматизации управленческой отчетности Docsvision приведен в таблице 9.

Таблица 9 - Эффективность внедрения в ООО «Мартиком» системы автоматизации управленческой отчетности Docsvision

Показатели	Ед. изм.	Значение
Стоимость системы автоматизации управленческой отчетности Docsvision	тыс. руб.	4 100
Экономия коммерческих затрат (полученный эффект)	тыс. руб.	$31271 * 25\% = 7817,75$
Эффективность мероприятия	%	$7817,75 / 4100 \times 100 = 190,7\%$

Таким образом, благодаря внедрению в ООО «Мартиком» системы автоматизации управленческой отчетности Docsvision удастся снизить коммерческие затраты на 7817,75 тыс. руб., эффективность данного мероприятия составит 190,7%.

2. Рост выручки предприятия за счет ускорения оборота. В предыдущем пункте было предложено более эффективно управлять дебиторской задолженностью, а именно сокращать ее сумму. Тем самым можно наращивать рентабельность активов.

Для увеличения рентабельности активов ООО «Мартиком» необходимо ускорить оборот активов за счет эффективного управления дебиторской задолженностью предприятий. Являясь частью оборотных

средств, дебиторская задолженность снижает оборачиваемость оборотных средств, тем самым сокращая доход предприятия. Для снижения дебиторской задолженности ООО «Мартиком» следует реализовать следующие мероприятия:

- осуществлять отслеживание особо важных дебиторов, имеющих наибольшую долю дебиторской задолженности с помощью платежного календаря, который составляется с целью своевременного обнаружения просроченной величины долга;

- проводить работу с клиентами-дебиторами, а именно систематически напоминать контрагентам о задолженности, вводить штрафные санкции, проводить исковую работу, а также исключать из числа клиентов-предприятий с высокой степенью риска невозврата платежа;

- выработать индивидуальные условия предоставления скидки для стимулирования быстрой оплаты клиентов, осуществляющих оплату в срок по договору.

Так, ООО «Мартиком» необходимо уделить особое внимание таким клиентам-дебиторам, как ООО «Эй-Джи Строймаркет» и ООО «Прогрессив», ООО «Нортес», а также ООО «Линар», аналогичные рекомендации можно дать для ООО «Проминвест», ООО «Армадакомп», ООО «Пилигрим», а также для ООО «Рико» - клиентов ООО «Макберри» и ООО «Маркес» соответственно.

ООО «Мартиком» следует разработать мероприятия, направленные на регламентацию порядка, как предоставления кредита, так и взыскания долгов, т.е. кредитную политику, которая была бы оптимальной для большинства клиентов-дебиторов, в том числе для ООО «Эй-Джи Строймаркет», ООО «Прогрессив», ООО «Нортес», ООО «Линар». При этом компаниям необходимо вести отслеживание особо важных дебиторов с помощью платежного календаря, который составляется с целью своевременного обнаружения просроченной величины дебиторской задолженности, а также способствует её сокращению. Платежный календарь

дебиторской задолженности основных клиентов предприятий представлены на рисунке 12.

№	Покупатель	Сумма долга, руб.	Сумма просрочки, руб.	Более 90 дн.	На 60-90 дн.	На 30-60 дн.	До 30 дн.	Непросроченная ДЗ, руб.
1	ООО «Эй-Джи Строймарт»	39540752	7961456	79611456				31579296
2	ООО «Восход Пластик»	24120843	0			4566999		19553844
3	ООО «Прогрессив»	19785159	9804259	9804259				9980900
4	ООО «Сд Факториал Рус»	17542683	2650340	2650340				14892343
5	ООО «Ста-Лайт»	14757852	0				2957852	11800000
6	ООО «Норгес»	11659843	3980540	3980540				7679303
7	ООО «ТТС»	10854756	0			3800450		7054306
8	ООО «Линар»	8854754	4754004	4754004				4100750
9	ООО «Айкофф»	6898541	0					6898541
10	ООО «Концепта»	5875241	0					5875241
11	ООО «Автокомплект»	3721458	0		1000360			2721098
12	ООО «Живая кухня»	3458621	0					3458621
13	ООО «Фитнес Мебель Про»	2047562	0					2047562
14	ООО «Ивест»	1442473	0		271093			1171380
15	ООО «Двайн»	1185324	230600	230600				1162264
16	ООО «Адверс-Трейд»	933138	0					933138

Рисунок 12 - Платежный календарь дебиторской задолженности основных клиентов ООО «Мартиком»

Одним из методов сокращения дебиторской задолженности предприятий выступает выработка индивидуальных условий предоставления скидки для стимулирования быстрой оплаты клиентам, осуществляющих оплату в срок по договору. Как показывают данные платежного календаря дебиторской задолженности ООО «Мартиком» такими клиентам являются ООО «Адверс-Трейд», ООО «Фитнес Мебель Про», ООО «Живая кухня», ООО «Концепта», ООО «Айкофф».

Маркетинговые исследования показывают, что в основном 25% дебиторов принимают условия предоставления скидки. Сумма долга основных клиентов-дебиторов ООО «Мартиком» составляет 172679000 руб. Отсюда следует, что дебиторская задолженность ООО «Мартиком» с учетом предоставления скидки может сократиться на 43169750 руб. ($172679000 * 0,75 = 129509250$ руб.).

Таблица 10 - Оценка целесообразности предоставления скидки клиентам ООО «Мартиком»

Показатель	Скидка за предоплату, руб.			Без скидки, отсрочка платежа 90 дней, руб.
	5%	3%	2%	
ООО «Мартиком»				
1. Потери от инфляции (4%) ($4% * 90$)/360=0,01	-	-	-	$43169750 * 0,01 = 431697,5$

Продолжение таблицы 10

2. Потери от предоставления скидки, руб.	43169750 *0,05 =2158487,5	43169750 *0,03= 1295092,5	43169750 *0,02= 863395	-
3. Потери в виде процентов от суммы отсроченного платежа (под 4,62% годовых в ПАО «Сбербанк»)	-	-	-	(43169750*4,62%)/4 =498610,6
4. Расходы на обслуживание ДЗ, руб.	-	-	-	700000
5. Результат от предоставления скидки и потерь от инфляции и затрат на обслуживание ДЗ за 90 дней, руб.	2158487,5	1295092,5	863395	431697,5+498610,6 +700000=1630308,1
6. Экономия, руб. Э = Рез-т от отсрочки платежа – потери от скидки	1630308,1- 2158487,5= -528179,4	1630308,1- 1295092,5= =335215,6	1630308,1 -863395= 766913,1	-

При сложившихся условиях кредитования и условиях оплаты дебиторской задолженности максимальная экономия ООО «Мартиком» составляет 766913,1 руб. при предоставлении скидки в 2%. Потери от инфляции сокращаются на 431697,5 руб. При своевременной оплате клиентов-дебиторов рассчитанную величину полученных средств можно разместить на депозит в банк. Так как ООО «Мартиком» является постоянным клиентом ПАО «Сбербанк», регулярно кредитуются, имеет свой зарплатный проект, то предлагается разместить представленные выше средства на депозит «Классический» на 3 месяца по повышенной ставке для постоянного клиента под 4,62% годовых (рисунок 13). Таким образом, ООО «Мартиком» может получить дополнительный доход за 3 месяца, равный 498610,6 руб.

1			
2	Расчет ставок привлечения ресурсов юридических лиц в депозит "Классический" (с учетом выплаты процентов в конце срока)		
3			
4	Дата	14.01.2021	
5			
6	Введите условия депозита		
7	Необходимо заполнить поля, выделенные желтым цветом		
8			
9	Валюта	рубли	
10			
11	Сумма, рублей	4 316 975,00	
12			
13	Вариант 1 - Выбор срока в днях		
14			
15	Срок	90	Дата окончания периода 14.04.2021
16			День недели среда
17			
18	Размер процентной ставки при выборе срока в днях	4,20%	
19			
20	Размер процентной ставки при выборе срока в днях	4,41% *	
21	в рамках специального предложения*	4,62% *	
22		4,62% *	

Рисунок 13 - Расчет ставки привлечения ресурсов ООО «Мартиком» на депозит

Для оценки эффективности предложенного мероприятия внесем корректировки в финансовую отчетность ООО «Мартиком» 2019 года. Согласно данному мероприятию дебиторская задолженность сократилась на 43169 тыс. руб. и ее величина в балансе предприятия составила 252210 тыс. руб. Величина краткосрочных финансовых вложений увеличилась на величину сокращения дебиторской задолженности с учетом скидки, предоставленной клиентам-дебиторам ООО «Мартиком» (42306 тыс. руб.). Валюта баланса также сократилась на величину предоставленной скидки дебиторам (863 тыс. руб.) и составила 790768 тыс. руб.

Так как в отчетном году в организацию поступили денежные средства от дебиторов, выручка предприятия увеличилась на 42306 тыс. руб. и составила 1642162 тыс. руб. Вследствие чего произошло увеличение финансового результата (чистой прибыли) ООО «Мартиком» до 234885 тыс. руб.

Используя данные скорректированной финансовой отчетности ООО «Мартиком», построим прогнозный отчет о финансовых результатах с помощью программного продукта Альт-Финансы 2.03 (рисунок 14).

1	Альт-Финансы 2.03			
2	Анализ финансовой отчетности			
3				
4	Номер периода		3	4
5	Номер периода в течение года		1	1
6	Отчетные даты		01.01.2020	01.01.2021
8	ИСХОДНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ			
67	Наименования позиций	Код стр.		
68			01.01.2020	01.01.2021
69	Выручка	2110	1 642 162	1 573 324
70	Себестоимость продаж	2120	1 059 807	1 015 381
71	Валовая прибыль (убыток)	2100	582 355	557 943
72	Коммерческие расходы	2210	31 271	31 271
73	Управленческие расходы	2220	235 090	235 090
74	Прибыль (убыток) от продаж	2200	315 994	291 582
75	Доходы от участия в других организациях	2310	0	0
76	Проценты к получению	2320	1 416	1 416
77	Проценты к уплате	2330	0	0
78	Прочие доходы	2340	435 956	435 956
79	Прочие расходы	2350	458 402	458 402
80	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	294 964	270 552
81	Текущий налог на прибыль	2410	60 096	54 110
82	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-1 113	0
83	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	13	0
84	Изменение отложенных налоговых активов	2450	4	0
85	Прочее	2460	0	0
86	Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	2400	234 885	216 442

Рисунок 14 - Прогнозный отчет скорректированных финансовых результатов ООО «Мартиком» за 2019-2020 гг.

Согласно предложенным изменениям, внесенным в финансовую отчетность ООО «Мартиком» можно сделать вывод о том, что величина выручки от продаж возросла на 42306 тыс. руб., что является положительным моментом, т.к. это свидетельствует о повышении деловой активности предприятия. Вследствие увеличения выручки растет и валовая прибыль. Происходит увеличение прочих доходов предприятия на 499 тыс. руб., что следует оценивать положительно. В результате чего наблюдается увеличение общего финансового результата (на 34270 тыс. руб.), что является положительной тенденцией для ООО «Мартиком».

Если сравнивать прогнозный отчет о финансовых результатах ООО «Мартиком» без корректировки и прогнозный отчет финансовых результатов организации с учетом корректировки (рисунок 6 и 10 соответственно), можно заметить, что в первом случае происходит снижение выручки, а также валовой прибыли на 5,18%, а во втором на 4,19%. В результате снижения величины выручки, как в прогнозном отчете о финансовых результатах, так и

в прогнозном отчете скорректированных финансовых результатах, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения снижались ускоренными темпами, и только значительное снижение величины текущего налога на прибыль (13,01% и 9,96% соответственно) позволило предприятию получить чистую прибыль лишь на 10,61% в первом случае, и на 7,85% во втором меньше, чем в предыдущем году и не допустить ее большего снижения.

Таким образом, предложенные мероприятия положительно повлияли на финансовую деятельность ООО «Мартиком».

На основе прогнозной финансовой отчетности без корректировки, а также на основе отчетности с учетом корректировки рассчитаем показатели рентабельности ООО «Мартиком».

В результате расчета показателей рентабельности на основе прогнозной финансовой отчетности ООО «Мартиком», можно сделать вывод о том, что рентабельность активов увеличивается на 4,54%, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия. Рентабельность собственного капитала также возрастает с 41,99% до уровня 47,62%. Увеличение данного показателя указывает на то, что доходность ООО «Мартиком» повысилась на 5,63%, это говорит о том, что новые инвестиции, вложенные в предприятие, обеспечивают большую прибыль на собственный капитал, чем предыдущие. Наблюдается увеличение доли прибыли от продаж в общем объеме выручки на 2,36%, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности ООО «Мартиком».

На основе данных таблицы 11 можно сделать вывод о том, что все показатели рентабельности, рассчитанные на основе прогнозной финансовой отчетности ООО «Мартиком» увеличиваются, что еще раз доказывают целесообразность предложенных мероприятий по увеличению общего финансового результата предприятия.

Таблица 11- Показатели рентабельности, рассчитанные на основе прогнозной финансовой отчетности ООО «Мартиком»

Показатель	Прогнозный период	
	Без учета корректировки	С учетом корректировки
ООО «Мартиком»		
Рентабельность активов	28,07%	32,61%
Рентабельность СК	41,99%	47,62%
Рентабельность продаж	16,17%	18,53%

3. Сокращение текущих затрат предприятия и поиск резервов роста прибыли.

Российские производители мебели имеют большую возможность по сокращению прямых и косвенных расходов на изготовление единицы продукции, так как структура их себестоимости сильно отличается от структуры расходов производителей за рубежом. Величина издержек на древесину примерно составляет 80% всех операционных затрат в странах запада, в то время как в России данная цифра ниже в два раза.

Эффективное функционирование любого хозяйствующего субъекта во многом зависит от правильно организованной коммерческой службы, главная задача которой состоит в разработке продукции, приносящая в будущем максимальную прибыльность, в обеспечении бесперебойного снабжения производства необходимым сырьем, а также в организации высокого уровня сервиса для покупателей. ООО «Мартиком» одна из первых компаний в Московской области, которая занялась созданием и развитием региональных складов в городах Видное, Мытищи, Одинцово, Наро-Фоминск, Химки и др., способствующих оперативному снабжению покупателей необходимой продукцией, снижая их транспортные расходы.

4. Анализ производимой продукции на предмет оптимизации ее выпуска. Следует рассмотреть возможность увеличения величины выпуска продукции с более высокой добавленной стоимостью. Для этого ООО

«Мартиком» необходимо своевременно отвечать запросам рынка. Предприятию следует начать производить такую продукцию как пеллеты, так как на российском рынке отсутствуют экономические предпосылки для использования данного сырья в больших объемах. Рост в промышленном потреблении будет определяться успешностью реализации планов по увеличению доли возобновляемых источников энергии в мировом энергобалансе». По статистике спрос на пеллеты к 2030 году должен вырасти до уровня 41-52 млн. т.

С 2020 года и по сегодняшний день в России наблюдается дефицит доски (вагонки, имитации бруса, а также блоков хауса), поэтому ООО «Мартиком» следует увеличить производственные мощности по данному виду сырья, в результате чего, предприятие предложит покупателям на внутреннем рынке заменить импортные аналоги.

Для увеличения объемов продаж ООО «Мартиком» было предложено открытие мебельного шоурума, в котором будут представлены мини экспозиции проектов по индивидуальным заказам, тем самым покупатели будут иметь возможность наглядно увидеть, приобретаемую мебель. Для увеличения количества заказчиков по индивидуальным размерам в конце года было предложено открыть второй магазин и дополнить штат двумя дизайнерами-конструкторами. Так как рекламная политика направлена по большей части на развитие именно этого направления, то по планируемым данным в год должно быть подписано около 120 договоров изготовления мебели по индивидуальному проекту. Средняя цена договора ориентировочно составит 60 000 рублей.

Изучив мероприятия по улучшению финансовых результатов и использования прибыли предприятий по производству и продаже мебели можно сделать вывод о том, что:

- прибыль, которая находится в распоряжении у предприятия, выступает одним из главных источников финансирования экономического развития предприятия;

- внутренний рынок рассматриваемой продукции в РФ можно охарактеризовать низким уровнем функционирования в сравнении с мировыми лидерами данной отрасли;

- инвестиционные и финансовые программы для предприятий в отрасли производства и продажи мебели должны включать в себя проекты по импортозамещению, развитию производственных мощностей, а также строительство новых установок для обеспечения надежного и качественного производства мебели.

Для того, чтобы увеличить показатели прибыли ООО «Мартиком» следует:

- внедрить автоматизированную систему финансового планирования Docsvision, что даст дополнительный положительный эффект в связи с переходам к цифровой экономике и цифровой трансформации;

- ускорить оборот активов за счет эффективного управления дебиторской задолженности.

- сократить издержки сырья на единицу готовой продукции, в частности МДФ плит, бруса;

- увеличить величину выпуска продукции с более высокой добавленной стоимостью, в частности пеллетов;

- увеличить объем продаж за счет постройки шоурума с экспозициями проектов по индивидуальным заказам.

Таким образом, реализация предложенных рекомендаций позволит увеличить прибыль и повысить уровень рентабельности предприятия.

Вывод: в результате проведения исследования было сформулировано и уточнено понятие финансового результата предприятий по производству и продаже мебели, который представляет собой базовую экономическую категорию, характеризующую финансовое положение предприятия по производству и продаже мебели в определенный период времени в положительном или отрицательном ключе.

Были изучены факторы, отрицательно влияющие на функционирование компаний в отрасли производства и продажи мебели, в состав которых входят:

- зависимость хозяйственной деятельности от ценовой политики древесины, пиломатериалов, а также тарифов деревообрабатывающего оборудования и транспортных расходов;

- соотношения результатов деятельности предприятия от состояния мирового рынка;

- импортная политика зарубежных государств;

- валютные риски.

Данные факторы являются важной основой для анализа финансовых результатов, в частности прибыли для предприятий по производству и продаже мебели.

Были сформированы направления по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли компании в области производства и продажи мебели, основанные на:

- внедрении автоматизированной системы финансового планирования, ускорении оборота активов за счет эффективного управления дебиторской задолженностью;

- сокращении издержек сырья на единицу готовой продукции;

- снижении коммерческих затрат, увеличение объемов продаж на российском мебельном рынке.

С учетом данных направлений были предложены мероприятия по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли компании в области производства и продажи мебели и дана оценка их эффективности на примере ООО «Мартиком».

Заключение

Финансовый результат хозяйствующего субъекта представляет собой обобщенный показатель анализа и оценки эффективности деятельности организации на конкретных стадиях её формирования, который складывается из стоимости собственного капитала за счет чистой прибыли предприятия. Рассматривая понятие и экономическое содержание финансового результата предприятия, можно сделать вывод о том, что именно показатели прибыли и рентабельности и характеризуют финансовый результат, а также эффективность деятельности любой организации.

Анализ финансовых результатов проводят с помощью исследования динамики и структуры общей прибыли предприятия, а также с помощью факторного анализа прибыли от продаж и показателей рентабельности. В заключении анализа финансовых результатов необходимо сформировать выводы, касающиеся того, как изменились показатели результатов финансовой деятельности, какие факторы в большей степени оказали на это влияние, а также дать оценку текущей деятельности предприятия. Анализ финансовых результатов завершается подсчетом резервов увеличения прибыли и рентабельности хозяйствующего субъекта, которые состоят в увеличении объемов производства и продаж, рентабельности продукции и снижении её себестоимости.

1. Существует несколько мероприятий, направленных на улучшение финансовых результатов деятельности предприятия:

- во-первых, увеличение объема продаж предприятия, которое можно реализовать с помощью правильного выбора каналов продвижения продукции, а также изменений тарифной политики предприятия;

- во-вторых, снижение себестоимости, которое можно получить с помощью своевременного контроля за расходами предприятия;

- в-третьих, рост качества продукции, который достигается путем повышения технического уровня производства и эстетических характеристик, создания инновационных продуктов;

- в-четвертых, снижение прочих расходов с помощью минимизации штрафов, пеней, а также снижения убытков от списания безнадежной дебиторской задолженности

Полученные результаты анализа финансовых результатов и использования прибыли ООО «Мартиком», ООО «Макберри», ООО «Маркес» за 2015-2017 гг. раскрывают основные причины, приводящие к снижению эффективности деятельности предприятия:

- анализ динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Мартиком» выявил значительные проблемы с эффективностью финансовых результатов деятельности, в то время как наблюдается значительный рост чистой прибыли в 2019 году. Так как выручка и валовая прибыль снижаются нарастающим итогом, себестоимость же, напротив – растет. И если с финансовой и инвестиционной деятельностью в 2019 году у предприятия все хорошо, то результаты основной деятельности требуют срочного вмешательства руководства организации. В ООО «Макбери» в 2019 году также наблюдается значительный рост чистой прибыли, что является положительным моментом. У предприятия не наблюдается проблем с эффективностью финансовых результатов, т.к. заметно снижение себестоимости, при условии того, что снижается выручка и увеличивается валовая прибыль компании, но руководству компании необходимо обратить внимание на развитие основного вида деятельности. В ООО «Маркес» в 2019 году выручка и валовая прибыль падают нарастающим темпом, это говорит о том, что у компании наблюдаются проблемы с эффективностью финансовых результатов, и только снижение себестоимости продаж не позволило значительно снизиться чистой прибыли предприятия, что является положительным моментом;

- анализ структуры прибыли ООО «Мартиком» показал, что наибольший удельный вес в общем объеме выручки в 2017 году заняли себестоимость продаж (64,14%), валовая прибыль (35,86%) и прибыль от продаж (20,63%). В 2018-2019 годах наибольшую долю заняли себестоимость продаж (в 2016 году - 62,57%, в 2017 году – 66,24%), валовая прибыль (в 2016 году – 37,43%, в 2017 году – 33,76%), а также прочие расходы (в 2018 году- 26,30%, в 2019 году – 28,65%). Это свидетельствует о том, что расходы, связанные с прочими видами деятельности, существенно влияют на чистую прибыль предприятия. С помощью проведения анализа структуры прибыли ООО «Макберри» можно отметить, что наибольший удельный вес в общем объеме выручки в 2017-2019 гг. году заняли себестоимость продаж 74,84%, 77,69%, 71,92% соответственно, валовая прибыль (25,16%, 22,31%, 28,08%) и коммерческие расходы 14,44%, 15,42%, 18,47% соответственно. В ООО «Маркес» наибольший удельный вес в общем объеме выручки в 2017-2019 гг. году заняли себестоимость продаж 102,16%, 101,11%, 93,78% соответственно, прочие расходы (13,39%, 11,46%, 13,24%) и прочие доходы 28,86%, 9,17%, 8,88% соответственно. Отсюда следует, что в ООО «Макберри» и ООО «Маркес» расходы, связанные как основными, так и с прочими видами деятельности существенно сказываются на показателях чистой прибыли предприятий;

- результаты, полученные в процессе проведения факторного анализа прибыли от продаж ООО «Мартиком» свидетельствуют о том, что данный показатель в 2015-2017 гг. снизился за счет изменения величины коммерческих расходов (на 175913 тыс. руб.), а также за счет изменения величины выручки предприятия (на 90442 тыс. руб.). Финансовый результат ООО «Макберри» в период 2017-2019 гг. изменился за счет таких факторов как, снижения коммерческих расходов (на 16373 тыс. руб.) и отсутствия управленческих расходов. В ООО «Маркес» за рассматриваемый период значительно улучшился финансовый результат за счет отсутствия

коммерческих и управленческих расходов, однако возросло влияние факторов выручки и себестоимости продаж;

- факторный анализ показателей рентабельности ООО «Мартиком» и ООО «Макберри» выявил, что все показатели рентабельности за 2015-2017 гг. имеют отрицательную динамику. Предприятию следует увеличить рентабельность активов, для этого необходимо разработать мероприятия по управлению дебиторской задолженностью за счет контроля её величины, запасами путем разработки детального плана закупок и составления прогноза продаж, денежными средствами за счет ускорения денежных поступлений и оптимизации остатков денежных средств, а также внеоборотными активами путем оптимального их обновления. В ООО «Маркес» ситуация обратная все показатели рентабельности возрастают, что можно оценивать положительно, т.к. происходит увеличение прибыли предприятия.

2. Изучены факторы, отрицательно влияющие на функционирование компаний в отрасли производства и продажи мебели. В их состав входят: зависимость хозяйственной деятельности от ценовой политики древесины, пиломатериалов, а также тарифов деревообрабатывающего оборудования и транспортных расходов; соотношения результатов деятельности предприятия от состояния мирового рынка; импортная политика зарубежных государств; валютные риски.

Изучив мероприятия по улучшению финансовых результатов и использования прибыли в отрасли производства и продажи мебели можно сделать вывод о том, что:

- прибыль, которая находится в распоряжении у предприятия, выступает одним из главных источников финансирования экономического развития предприятия;

- внутренний рынок рассматриваемой продукции в РФ можно охарактеризовать низким уровнем функционирования в сравнении с мировыми лидерами данной отрасли;

- инвестиционные и финансовые программы для предприятий в отрасли производства и продажи мебели должны включать в себя проекты по импортозамещению, развитию производственных мощностей, а также строительство новых установок для обеспечения надежного и качественного производства мебели.

3. Сформированы направления по повышению финансовых результатов и эффективному использованию прибыли компании в области производства и продажи мебели, основанные на: внедрении автоматизированной системы финансового планирования, ускорении оборота активов за счет эффективного управления дебиторской задолженностью, сокращении издержек сырья на единицу готовой продукции, снижении коммерческих затрат, увеличение объемов продаж на российском мебельном рынке.

Для того, чтобы увеличить показатели прибыли ООО «Мартиком» следует:

- внедрить автоматизированную систему финансового планирования Docsvision, что даст дополнительный положительный эффект в связи с переходам к цифровой экономике и цифровой трансформации;

- ускорить оборот активов за счет эффективного управления дебиторской задолженности.

- сократить издержки сырья на единицу готовой продукции, в частности МДФ плит, бруса;

- увеличить величину выпуска продукции с более высокой добавленной стоимостью, в частности пеллетов;

- увеличить объем продаж за счет постройки шоурума с экспозициями проектов по индивидуальным заказам.

Таким образом, прогнозные финансовые показатели на 2021 год показывают, что ООО «Мартиком» получают общий годовой эффект в виде роста чистой прибыли, что доказывает целесообразность предложенных мероприятий.

Список используемых источников

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 01.07.2020 №11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, №31, ст. 4398.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. - М.: Проспект, 2020. - 640 с.

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 07.03.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 15.02.2021).

4. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.1 [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 31.07.1998 № 117-ФЗ (ред. от 15.02.2016). URL: <https://base.garant.ru/10900200/> (дата обращения: 15.02.2021).

5. Уголовный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 19.02.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 15.02.2021).

6. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 08.08.1998 № 14-ФЗ (ред. от 31.12.2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/ (дата обращения: 21.11.2020).

7. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 31.12.2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/ (дата обращения: 21.11.2020).

8. О коммерческой тайне [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2017). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/ (дата обращения: 21.11.2020).

9. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2016). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения: 20.11.2020).

10. Доходы организации ПБУ 9/99 [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №32н (ред. от 27.11.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208/ (дата обращения: 20.11.2020).

11. Расходы организации ПБУ 10/99 [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №33н (ред. от 06.04.2015). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/ (дата обращения: 20.11.2020).

12. Бухгалтерская отчетность организации ПБУ 4/99 [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 06.07.1999 № 43н (в ред. от 08.11.2010). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/ (дата обращения: 19.11.2020).

13. Алешин В.А. Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. / В.А. Алешин, И.Г. Давыденко, А.И. Зотова. - М.: КНОРУС, 2019. - 374 с.

14. Бариленко В.И. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. / В.И. Бариленко. - М.: КНОРУС, 2019. - 234 с.

15. Белова Т.А. Технология и организация производства продукции и услуг: учеб. пособие. / Т.А. Белова, В.Н. Данилин. - М.: КНОРУС, 2019. - 240 с.

16. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: Учебник / И.А. Бланк. - М.: Машиностроение, 2018. - 264 с.

17. Брусов П.Н. Финансовый менеджмент. Математические основы. Краткосрочная финансовая политика: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. - М.: КНОРУС, 2019. - 304 с.
18. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник / М.А. Вахрушина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 432 с.
19. Гаррисон Р. Управленческий учет/ Р. Гррисон, Р. Норин, П. Брюэр. - СПб.: Питер, 2018. - 592 с.
20. Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебник /В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. - М.: КУРС: ИНФРА-М, 2020. - 448 с.
21. Грязнова А.Г. Финансово-кредитный энциклопедический словарь: Учебное пособие / А.Г. Грязнова. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 431 с.
22. Дружиловская Э.С. Методика оценки запасов в бухгалтерском учете// Международный бухгалтерский учет. 2012. № 7. URL: <https://base.garant.ru/58099053/> (Дата обращения: 19.02.2021).
23. Дубоносова А.Н. Оценка уровня доходности предприятия и методы его увеличения [Электронный ресурс]. URL: https://www.profiz.ru/se/1_2017 (дата обращения: 15.02.2021).
24. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: Учебник / О.В. Ефимова. - М.: Омега-Л, 2018. - 348 с.
25. Ефимова О. В. Анализ финансовой отчетности / О.В. Ефимова, М.В. Мельник. - М.: Омега-Л, 2018. - 451 с.
- 26.Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / В.Б. Ивашкевич. - М.: Магистр, Инфра-М, 2018. - 576 с.
27. Игониная Л.Л. Финансовый анализ: Учебник / Л.Л. Игониная, У.Ю. Рошеткаева, В.В. Вихарев. - М.: Русайнс, 2019. - 228 с.
28. Каурова О.В. Бухгалтерский учет предприятия туристской индустрии: Учебник / О.В. Каурова, А.Н. Малолетко. - М.: КНОРУС, 2019. - 240 с.

29. Киселева Т.В. Как сократить затраты // Справочник экономиста. 2020. №9. С.58-66.
30. Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: Учебное пособие / Н.Б. Клишевич. - М.: КНОРУС, 2018. - 304 с.
31. Кобелева И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 256 с.
32. Коротков А.И., Шамилева Э.Э. Основные мероприятия по максимизации прибыли в современных условиях хозяйствования // Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 5 (5). С. 140-142. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23484376> (дата обращения: 15.02.2021).
33. Корпоративные финансы: Учебник / коллектив авторов; под ред. Е.И. Шохина. – Москва : КНОРУС, 2018. - 318 с.
34. Кувшинов М.С. Бухгалтерский учет и анализ: Учебное пособие / М.С. Кувшинов.- М.:КНОРУС, 2019. - 272 с.
35. Кундиус В.А. Управленческий анализ деятельности предприятий агропромышленного комплекса: Учебное пособие / В.А. Кундиус. - М.: КНОРУС, 2019. - 392 с.
36. Курманова А.Х. Принципы формирования отчета о финансовых результатах в отечественной и зарубежной практике // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 11 (305). С. 43-54.
37. Лысов И.А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия // Вестник НГИЭИ. 2015. № 3 (46). С. 60-64. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23271155> (дата обращения: 12.11.2020).
38. Мингалиева К.Н. Финансы коммерческих организаций: Учебник / К.Н. Мингалиева. - М.: КНОРУС, 2020. - 280 с.
39. Никитина Н.В. Корпоративные финансы: Учебное пособие / Н.В. Никитина, В.В. Янов. - М.: КНОРУС, 2019. - 512 с.
40. Оськина Ю.Н., Баева Е.А. Обзор методик анализа финансовых результатов // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 4 (50).

С. 126-130. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19416564> (Дата обращения: 15.11.2020).

41. Пашаев Н.А. Финансовый результат организации и основные направления его использования при анализе развития организации // Молодой ученый. 2016. № 19 (123). С. 490-492. URL: <https://moluch.ru/archive/123/33933> (дата обращения: 25.11.2020).

42. Положенцева А.И. Финансы организаций (предприятий): Учебное пособие / А.И. Положенцева, Т.Н. Соловьева, А.П. Есенкова. - М.: КноРус, 2019. - 206 с.

43. Предеус Н.В. Бухгалтерское дело: Учебное пособие / Н.В. Предеус, С.И. Церпенто, Ю.В. Предеус. - М.: РИОР; Инфра-М, 2018. - 304 с.

44. Приходько Е.А. Краткосрочная финансовая политика: Учебное пособие / Е.А. Приходько. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 332 с.

45. Рожнова О.В. Актуальные проблемы финансовой отчетности // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2013. № 3 (165). С. 18-23.

46. Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 649 с.

47. Сальникова К.В. Экспресс-оценка финансового состояния компании // Справочник экономиста. 2020. №11. С.27-35.

48. Теплова Т.В. Ситуационный финансовый анализ: схемы, задачи, кейсы / Т.В. Теплова. - М.: ГУ ВШЭ, 2019. - 605 с.

49. Федорович В.О. Экономика организаций: Учебное пособие / В.О. Федорович, Н.В. Конципко. - М.: Проспект, 2020. - 240 с.

50. Ферова И.С. Корпоративные финансы: Учебник / И.С. Ферова, И.Г. Кузьмина, С.Л. Улина. - М.: КНОРУС, 2021.- 224 с.

51. Хендриксен Э.С. Теория бухгалтерского учета / Э.С. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 576 с.

52. Черных М.Н. Страхование (финансовые аспекты): Учебное пособие / М.Н. Черных, Г.Ф. Каячев, Л.В. Каячева. - М.: КНОРУС, 2019. - 284 с.

53. Aleksina D.V., Morgunova R.V. Russian and foreign experience in recording and analyzing the financial results of organization // Actual scientific research. Collection of scientific articles. Science editor: Drobyazko S.I., 2018. P. 16 -20.

54. Barkalov S.A., Perevalova O.S., Averina T.A. Development of the algorithm for maximizing the financial results of the investment program // Proceedings of 2018 11th International Conference «Management of Large-Scale System Development», MLSD 2018. 2018. P. 8551863.

55. Batkovskiy A.M., Trofimets V.Y., Turko N.I. Forecasting financial results of the enterprises' activities under the conditions of fluctuations in production volumes // Lecture Notes in Networks and Systems (см. в книгах). 2020. T. 115. P. 395-401.

56. Kuznetsova S., Mirgorod G., Zemlyana G. Management account of income and financial results // Global challenges of contemporary issues. Collection of scientific articles. 2018. С. 90-94.

57. Samygin D.Yu., Tuskov A.A., Goldueva D.A. Financial analytics of business: concept, models, results // Raleigh, 2018. 186 p.

Приложение А

Основные направления анализа финансовых результатов деятельности предприятия



Рисунок А.1 – Основные направления анализа финансовых результатов деятельности предприятия

Приложение Б

Основные факторы роста прибыли предприятия



Рисунок Б.2 – Основные факторы роста прибыли предприятия

Приложение В

Основные направления анализа финансовых результатов деятельности предприятия



Рисунок В.3 – Основные направления анализа финансовых результатов деятельности предприятия

Приложение Г

Организационные структуры компаний



Рисунок Г.4 – Организационная структура ООО «Мартиком»

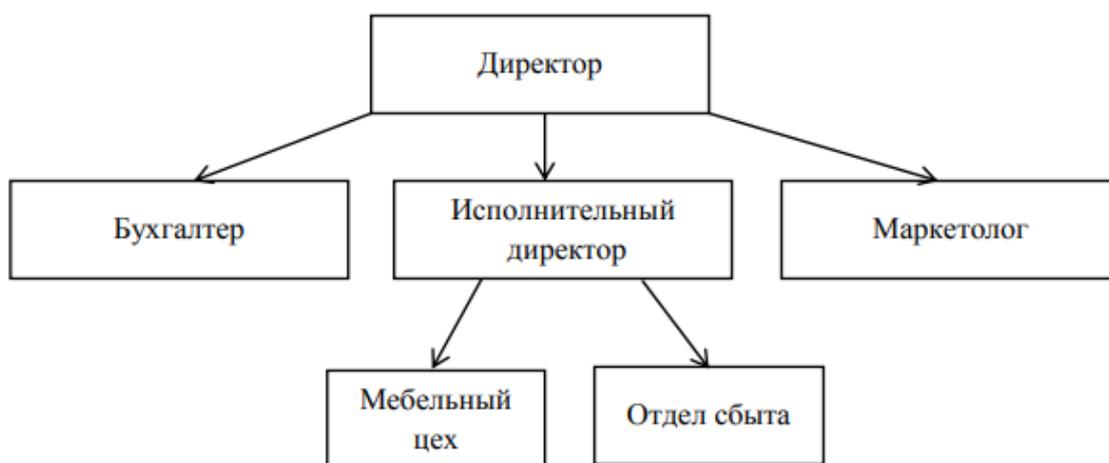


Рисунок Г.5 – Организационная структура ООО «Макберри»

Продолжение Приложения Г

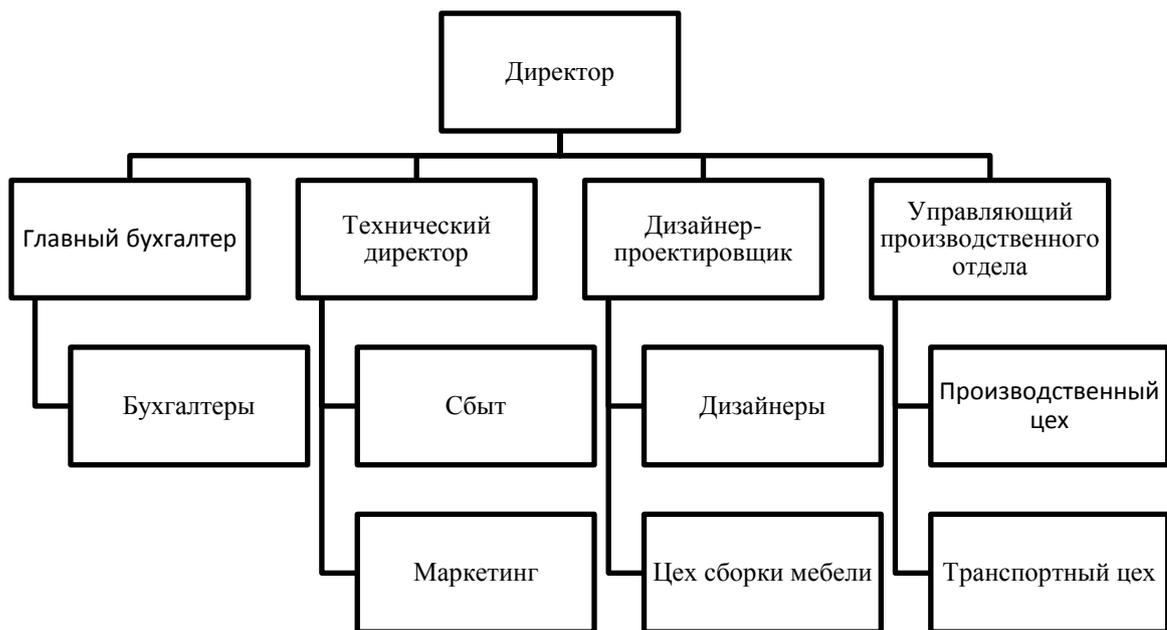


Рисунок Г. 6 – Организационная структура ООО «Маркес»

Приложение Д

Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО «Макберри»

Таблица Д. 1 – Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО «Макберри» за 2017-2019 гг.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Абсолютное изменение, тыс. руб.		Относительное изменение, %.	
	2017	2018	2019	2017-2018	2018-2019	2017-2018	2018-2019
Выручка	501425	411645	303360	-89780	-108285	-17,90	-26,31
Себестоимость продаж	375257	319816	218172	-55441	-101644	-14,77	-31,78
Валовая прибыль (убыток)	126168	91829	85188	-34339	-6641	-27,22	-7,23
Коммерческие расходы	72390	63478	56017	-8912	-7461	-12,31	-11,75
Управленческие расходы	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	53778	28351	29171	-25427	820	-47,28	2,89
Прочие доходы	43009	15483	14459	-27526	-1024	-64,00	-6,61
Прочие расходы	26320	24794	25809	-1526	1015	-5,80	4,09
Прибыль (убыток) до налогообложения	70467	19040	17821	-51427	-1219	-72,98	-6,40
Текущий налог на прибыль	14773	4196	3714	-10577	-482	-71,60	-11,49
Изменение отложенных налоговых обязательств	5000	-1000	4000	-6000	5000	-120	-500
Изменение отложенных налоговых активов	80000	0	2000	-80000	2000	-100	0
Чистая прибыль (убыток)	55697	14843	14113	-40854	-730	-73,35	-4,92

Приложение Е

Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО «Маркес»

Таблица Е. 2 – Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Абсолютное изменение, тыс. руб.		Относительное изменение, %.	
	2017	2018	2019	2017-2018	2018-2019	2017-2018	2018-2019
Выручка	352870	351670	344990	-1200	-6680	-0,34	-1,90
Себестоимость продаж	360478	355587	323517	-4891	-32070	-1,36	-9,02
Валовая прибыль (убыток)	-7608	-3917	21473	3691	25390	-48,51	-648,20
Коммерческие расходы	0	0	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	-7608	-3917	21473	3691	25390	-48,51	-648,20
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	101821	32264	30646	-69557	-1618	-68,31	-5,01
Прочие расходы	47258	40291	45692	-6967	5401	-14,74	13,40
Прибыль (убыток) до налогообложения	46955	-11944	6427	-58899	18371	-125,44	-153,81
Текущий налог на прибыль	0	0	760	0	760	0	0
Чистая прибыль (убыток)	46955	-11944	5667	-58899	17611	-125,44	-147,45

Приложение Ж

Динамика различных видов прибыли ООО «Маркес»

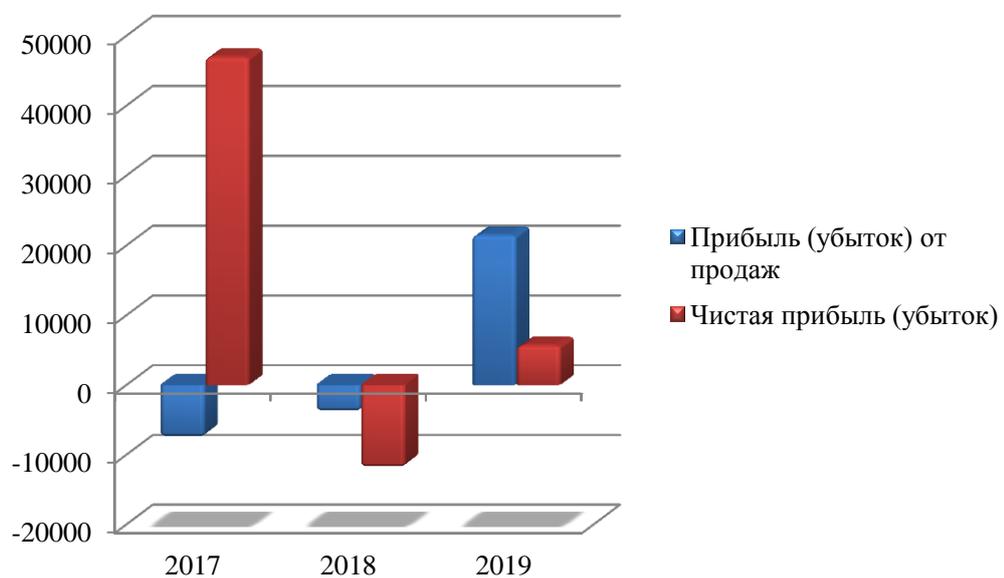


Рисунок Ж. 7 – Динамика различных видов прибыли ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Приложение И

Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Макберри»

Таблица И. 3 – Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Макберри» за 2017-2019 гг.

Показатель	2017		2018		2019	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Выручка	501425	100	411645	100	303360	100
Себестоимость продаж	375257	74,84	319816	77,69	218172	71,92
Валовая прибыль (убыток)	126168	25,16	91829	22,31	85188	28,08
Коммерческие расходы	72390	14,44	63478	15,42	56017	18,47
Управленческие расходы	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	53778	10,73	28351	6,89	29171	9,62
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	43009	8,58	15483	3,76	14459	4,77
Прочие расходы	26320	5,25	24794	6,2	25809	8,51
Прибыль (убыток) до налогообложения	70467	14,05	19040	4,63	17821	5,87
Текущий налог на прибыль	14773	2,95	4196	1,02	3714	1,22
Изменение отложенных налоговых обязательств	5000	0,99	-1000	-0,24	4000	1,32
Изменение отложенных налоговых активов	8000	1,6	0	0	2000	0,66
Прочее	0	0	0	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	55697	11,10	14843	3,61	14113	4,65

Приложение К

Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Маркес»

Таблица К. 4 – Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Показатель	2017		2018		2019	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Выручка	352870	100	351670	100	344990	100
Себестоимость продаж	360478	102,16	355587	101,11	323517	93,78
Валовая прибыль (убыток)	-7608	-2,16	-3917	-1,11	21473	6,22
Коммерческие расходы	0	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	-7608	-2,16	-3917	-1,11	21473	6,22
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	101821	28,86	32264	9,17	30646	8,88
Прочие расходы	47258	13,39	40291	11,46	45692	13,24
Прибыль (убыток) до налогообложения	46955	13,31	-11944	-3,40	6427	1,86
Текущий налог на прибыль	0	0	0	0	760	0,22
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	0	0	0	0	0
Прочее	0	0	0	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	46955	13,31	-11944	-3,40	5667	1,64

Приложение Л

Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Макберри»

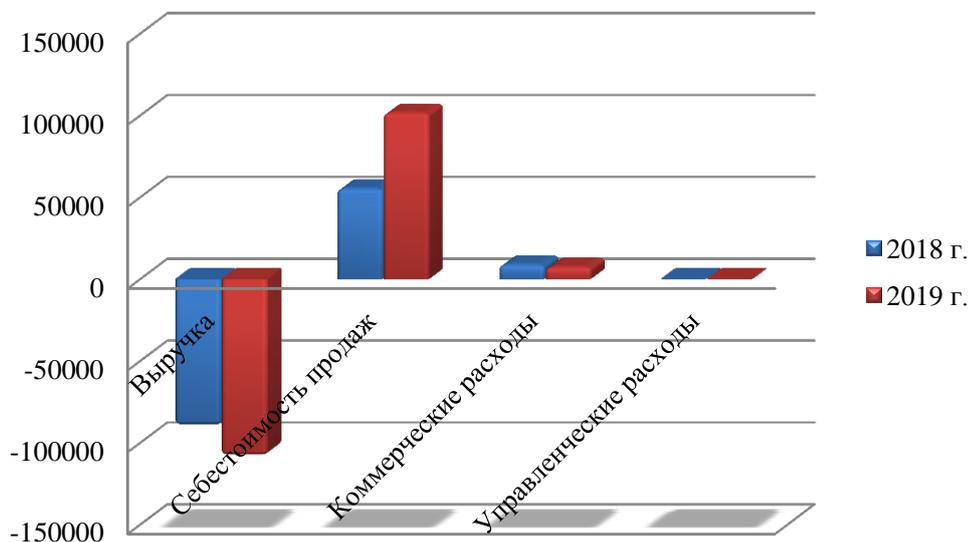


Рисунок Л. 8 – Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Макберри» за 2017-2019 гг.

Приложение М

Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Маркес»

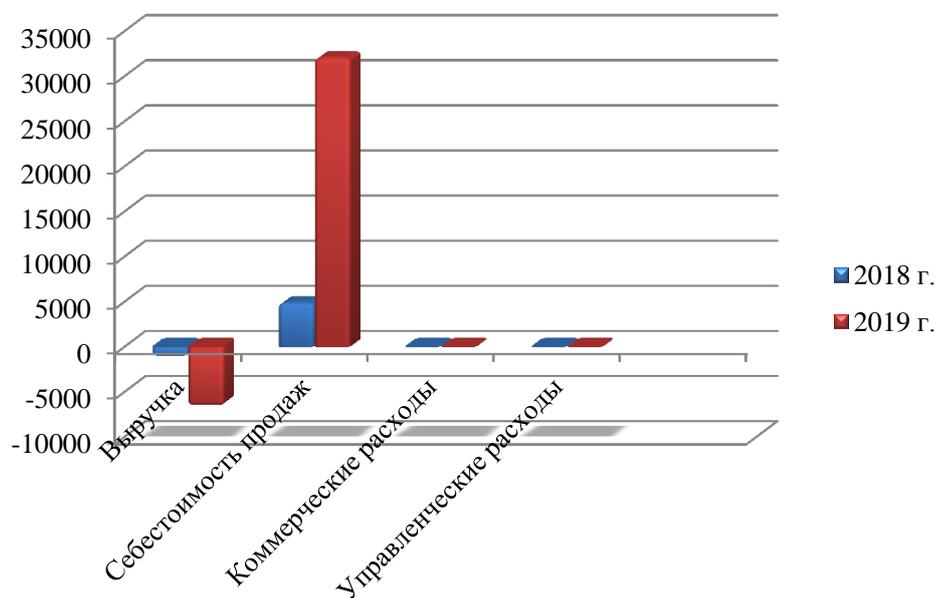


Рисунок М. 9 - Влияние результативных факторов на прибыль от продаж в ООО «Маркес» за 2017-2019 гг.

Приложение Н

Финансовая отчетность ООО «Мартиком»

Таблица Н. 5 – Бухгалтерский баланс ООО «Мартиком»

Наименование показателя	На 31 декабря 2019	На 31 декабря 2018	На 31 декабря 2017
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	12	28	112
Основные средства	943	1721	4090
Отложенные налоговые активы	45	41	216
Прочие внеоборотные активы	0	0	71
Итого по разделу I	1000	1790	4489
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	458490	530708	483212
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	116	547	471
Дебиторская задолженность	295379	269438	253370
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	13658	13658	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	22590	22660	19036
Прочие оборотные активы	398	95	112
Итого по разделу II	790631	837106	756201
БАЛАНС	791631	838896	760690
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)(паевой фонд)	3200	3200	3200
Добавочный капитал (без переоценки)	16885	16885	16685
Резервный капитал	480	480	180
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	474873	413111	364584
Итого по разделу III	495438	433376	384849
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Отложенные налоговые обязательства	22	8	208
Итого по разделу IV	22	8	208
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Кредиторская задолженность	290438	399352	369877
Доходы будущих периодов	212	187	105
Оценочные обязательства	5521	5973	5651
Итого по разделу V	296171	405512	375633
БАЛАНС	791631	838896	760690

Продолжение Приложения Н

Таблица Н. 6 – Отчет о финансовых результатах ООО «Мартиком»

Наименование показателя	На 31 декабря 2019	На 31 декабря 2018	На 31 декабря 2017
Выручка	1599856	1690298	1769487
Себестоимость продаж	(1059807)	(1057552)	(1135021)
Валовая прибыль (убыток)	540049	632746	634466
Коммерческие расходы	(31271)	(26245)	(202158)
Управленческие расходы	(235090)	(245142)	(67297)
Прибыль (убыток) от продаж	273688	361359	365011
Проценты к получению	1416	898	0
Прочие доходы	435457	310360	37270
Прочие расходы	(458402)	(444530)	(167711)
Прибыль (убыток) до налогообложения	252159	228087	234570
Текущий налог на прибыль	(51535)	(46022)	(47216)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	-1113	-380	-834
Изменение отложенных налоговых обязательств	13	199	-165
Изменение отложенных налоговых активов	4	175	-707
Прочее	0	0	10
Чистая прибыль (убыток)	200615	182089	186802

Приложение П

Финансовая отчетность ООО «Макберри»

Таблица П. 7 - Бухгалтерский баланс ООО «Макберри»

Наименование показателя	На 31 декабря 2019	На 31 декабря 2018	На 31 декабря 2017
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	0	0	0
Основные средства	184	422	749
Отложенные налоговые активы	91	89	89
Прочие внеоборотные активы	0	37	92
Итого по разделу I	275	548	930
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	250099	238722	239741
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	1	84
Дебиторская задолженность	34485	56622	71345
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	7034	4562	1692
Прочие оборотные активы	61	51	67
Итого по разделу II	291679	299958	312929
БАЛАНС	291954	300506	313859
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)(паевой фонд)	1000	1000	1000
Добавочный капитал (без переоценки)	0	0	0
Резервный капитал	150	150	150
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	190745	205656	216956
Итого по разделу III	191895	206806	218106
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Отложенные налоговые обязательства	5	9	8
Итого по разделу IV	5	9	8
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Кредиторская задолженность	98861	92304	94383
Доходы будущих периодов	445	445	449
Оценочные обязательства	748	942	913
Итого по разделу V	100054	93691	95745
БАЛАНС	291954	300506	313859

Продолжение Приложения П

Таблица П. 8 - Отчет о финансовых результатах ООО «Макберри»

Наименование показателя	На 31 декабря 2019	На 31 декабря 2018	На 31 декабря 2017
Выручка	303360	411645	501425
Себестоимость продаж	218172	319816	375257
Валовая прибыль (убыток)	85188	91829	126168
Коммерческие расходы	56017	63478	72390
Управленческие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	29171	28351	53778
Проценты к получению	0	0	0
Прочие доходы	14459	15483	43009
Прочие расходы	25809	24794	26320
Прибыль (убыток) до налогообложения	17821	19040	70467
Текущий налог на прибыль	3714	4196	14773
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	-82	-389	-676
Изменение отложенных налоговых обязательств	4	-1	5
Изменение отложенных налоговых активов	2	0	8
Прочее	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	14113	14843	55697

Приложение Р
Финансовая отчетность ООО «Маркес»

Таблица Р. 9 -Бухгалтерский баланс ООО «Маркес»

Наименование показателя	На 31 декабря 2019	На 31 декабря 2018	На 31 декабря 2017
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	0	0	0
Основные средства	5374	10836	15066
Отложенные налоговые активы	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	0	0	0
Итого по разделу I	5374	10836	15066
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	205246	221452	229923
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	0	0
Дебиторская задолженность	15276	25029	31388
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	
Денежные средства и денежные эквиваленты	5359	2047	3586
Прочие оборотные активы	0	0	0
Итого по разделу II	225881	248528	264897
БАЛАНС	231255	259363	279963
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)(паевой фонд)	0	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	0	0	0
Резервный капитал	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	76744	71078	82022
Итого по разделу III	76744	71078	82022
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Отложенные налоговые обязательства	0	0	0
Итого по разделу IV	0	0	0
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	7405	15495	0
Кредиторская задолженность	147106	172791	197941
Доходы будущих периодов	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0
Итого по разделу V	154511	188286	197941
БАЛАНС	231255	259363	279963

Продолжение Приложения Р

Таблица Р. 10 - Отчет о финансовых результатах ООО «Маркес»

Наименование показателя	На 31 декабря 2019	На 31 декабря 2018	На 31 декабря 2017
Выручка	344990	351670	352870
Себестоимость продаж	323517	355587	360478
Валовая прибыль (убыток)	21473	-3917	-7608
Коммерческие расходы	0	0	0
Управленческие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	21473	-3917	-7608
Проценты к получению	0	0	0
Прочие доходы	30646	32264	101821
Прочие расходы	45692	40291	47258
Прибыль (убыток) до налогообложения	6427	-11944	46955
Текущий налог на прибыль	760	0	0
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	0	0
Прочее	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	5667	-11944	46955