

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

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Финансовые результаты и деловая активность предприятия, пути их
улучшения (на примере ОАО «АВТОВАЗ»)»

Студент И.А. Чайковская _____

(инициалы, фамилия) *(личная подпись)*

Руководитель к.э.н., доцент А.А.Шерстобитова _____

(ученая степень, звание, инициалы, фамилия) *(личная подпись)*

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.э.н., профессор Курилова А.А. _____

(инициалы, фамилия) *(личная подпись)*

« » _____ 2016г.

Тольятти 2016 г.

Аннотация

В период, когда в экономике наблюдаются кризисные явления, выражающиеся в падении деловой активности, снижении покупательского спроса, усилении конкуренции, получение компанией прибыли в достаточном объеме становится особенно актуальным.

Цель бакалаврского исследования состоит в разработке практических рекомендаций по повышению финансовых результатов и деловой активности предприятия на примере ОАО «АВТОВАЗ».

Объектом бакалаврского исследования выступает ОАО «АВТОВАЗ».

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

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

В первой главе работы рассмотрены теоретические аспекты анализа финансовых результатов и деловой активности предприятия. Во второй главе работы показаны результаты выполненного анализа финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ» и его деловой активности. В третьей главе рассматриваются пути, направленные на повышение финансовых результатов и деловой активности и оценивается эффективность предложенных мероприятий.

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

Содержание

Введение.....	4
1. Теоретические основы анализа финансовых результатов деятельности и деловой активности предприятия.....	7
1.1. Понятие, задачи и состав анализа финансовых результатов деятельности предприятия.....	7
1.2. Анализ состава и динамики прибыли	10
1.3. Анализ показателей рентабельности	12
1.4. Анализ деловой активности	15
1.5. Резервы роста прибыли и рентабельности	18
2. Анализ финансовых результатов деятельности и деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»	22
2.1. Характеристика финансово-хозяйственной деятельности ОАО «АВТОВАЗ»	22
2.2. Анализ состава и динамики прибыли	25
2.3. Анализ показателей рентабельности	36
2.4 . Анализ деловой активности.....	39
3. Предложения по улучшению финансовых результатов и деловой активности ОАО «АВТОВАЗ».....	43
3.1. Мероприятия по улучшению финансовых результатов предприятия ..	43
3.2. Направления роста деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»	45
3.2. Оценка экономической эффективности мероприятий	46
Заключение	53
Список используемой литературы	58
Приложение	62

Введение

Цель любой коммерческой организации состоит в получении прибыли. Положительный финансовый результат, как правило, свидетельствует о конкурентоспособности и эффективности предприятия, высоком профессионализме и предприимчивости менеджмента, инвестиционной привлекательности компании.

В период, когда в экономике наблюдаются кризисные явления, выражающиеся в падении деловой активности, снижении покупательского спроса, усилении конкуренции, получение компанией прибыли в достаточном объеме становится особенно актуальным. Ведь рост собственного капитала позволяет не только обеспечить владельцев бизнеса приемлемым доходом, но и дает возможность направлять больше финансовых средств в интересах развития предприятия. На падающем рынке обладание собственными, не обремененными долговыми обязательствами, финансовыми ресурсами особенно ценно — в условиях неопределенности с ликвидностью рост кредиторской задолженности нельзя признать разумной и безальтернативной политикой. Поэтому поиск путей повышения прибыли и инвестиционной привлекательности для коммерческой организации становится наиболее актуальной задачей. Важным инструментом поиска резервов компании является анализ финансовых результатов деятельности предприятия.

Финансовая отчетность — неотъемлемая и наиболее значимая часть годового отчета. Однако для повышения ценности финансовой информации в составе годового отчета, необходимо сопровождать ее финансовым анализом достигнутых результатов.

Раскрытие финансовой информации в отчетах российских организаций сопровождается целым рядом недостатков:

- 1) публикация финансовой отчетности без представления подробной информации о достигнутых результатах;

2) нередкое отсутствия аудиторского заключение, что вызывает сомнение в ее достоверности;

3) отсутствие взаимосвязи между анализом результатов деятельности организации и анализом внешней среды;

4) сложная для восприятия форма предоставления информации (недостаточное использование диаграмм, графиков и таблиц) [20, С. 236].

Сюда же следует отнести частое отсутствие комплексного и глубокого анализа финансовых результатов деятельности организации.

Анализ финансовых результатов – это анализ результатов деятельности, представленных в финансовой отчетности, предназначенный для разработки мероприятий по повышению эффективности деятельности организации.

Отсутствие анализа негативно сказывается на адекватной оценке состояния финансово-хозяйственной деятельности организации и не способствует оперативной и полноценной разработке корректирующих мероприятий, способствующих улучшению финансовых результатов и повышению эффективности деятельности предприятия.

В этой связи, для обоснования необходимости проведения анализа финансовых результатов деятельности предприятия, представляется актуальным подробное изучение теории по данному вопросу и рассмотрение направлений выработки корректирующих мероприятий.

Цель бакалаврской работы: оценить финансовые результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия и предложить основные направления их улучшения.

Для раскрытия данной цели поставлены следующие задачи:

- раскрыть теоретические аспекты анализа финансовых результатов и деловой активности предприятия;
- изучить и изложить методику анализа прибыли и рентабельности;
- провести оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия: рассчитать все виды прибыли, показатели рентабельности и

деловой активности;

- определить основные пути повышения эффективности деятельности и финансовых результатов предприятия.

Объектом данной работы является ОАО «АВТОВАЗ». Предметом выступают финансовые результаты деятельности предприятия.

Разработкой данной тематики занимались такие авторы как Г.В. Савицкая, Н.В. Войтоловский, В.Г. Когденко, Б.И. Герасимов, В.И. Бариленко, О.В. Медведева, Д.В. Лысенко, Г.Н. Ронова, Н.П. Любушкин, Ю.П. Маркин и др.

Основными источниками для рассмотрения теоретических аспектов финансовых результатов предприятия были: учебник Г.В. Савицкой «Анализ хозяйственной деятельности предприятия», учебно-практическое пособие Г.Н. Роновой, С.Е. Поповой, В.Л. Слепунина «Финансовый анализ», учебное пособие В.И. Бариленко «Анализ хозяйственной деятельности». Для проведения факторного анализа прибыли от реализации продукции (работ, услуг) и анализа показателей рентабельности предприятия были использованы: учебник Г.В. Савицкой «Анализ хозяйственной деятельности предприятия» и учебно-практическое пособие Г.Н. Роновой, С.Е. Поповой, В.Л. Слепунина «Финансовый анализ». Методика поиска резервов роста прибыли и рентабельности была заимствована в учебном пособии В.И. Бариленко «Анализ хозяйственной деятельности».

Информационная основа работы: Годовой отчет ОАО «АВТОВАЗ» за 2014 год, Бухгалтерская отчетность ОАО «АВТОВАЗ» за 2012, 2013, 2014 годы, Ежеквартальный отчет ОАО «АВТОВАЗ» за первые три квартала 2015 года.

Нормативная база включает Налоговый Кодекс Российской Федерации (Часть 1 и Часть 2), федеральный закон «О бухгалтерском учете», приказы Минфина «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» и «Положение по бухгалтерскому учету "Расходы

организации" ПБУ 10/99».

1. Теоретические основы анализа финансовых результатов деятельности и деловой активности предприятия

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

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

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

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

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

Всесторонне оценить эффективность компании как с точки зрения прибыльности, так и с точки зрения рентабельности позволяет анализ финансовых результатов деятельности предприятия, представляющий собой один из видов комплексного анализа хозяйственной деятельности организации. Источником информации для его проведения являются данные бухгалтерской отчетности компании — например, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах», отчет об изменении капитала, отчет об изменении денежных средств, отчет об изменении капитала. Информацию для анализа можно получить также из бизнес-плана [22, С.259].

Исследователи (В.И. Бариленко [8], Н.В. Войтоловский [12], Б.И. Герасимов [14], О.В. Медведева [30]) определяют следующие задачи анализа финансовых результатов деятельности предприятия:

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

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

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

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

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

Классический порядок анализа финансовых результатов мы встречаем у Г.В. Савицкой [40]:

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

У В.И. Бариленко [8] несколько иной состав анализа финансовых результатов:

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

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

возможность разработать мероприятия по повышению прибыльности и рентабельности организации.

1.2. Анализ состава и динамики прибыли

Начинать следует с анализа состава, структуры и динамики прибыли. Данные для него берутся из формы № 2 «Отчет о финансовых результатах». Причем, очень важно определить динамику по каждому виду прибыли в отдельности. Так, Н.В. Войтоловский выделяет следующие виды прибыли:

- валовая прибыль (выручка за минусом себестоимости продаж),
- прибыль от продаж (валовая прибыль за минусом постоянных расходов, включающих коммерческие и управленческие расходы),
- бухгалтерская прибыль (прибыль до вычета расходов по налогам),
- чистая прибыль (прибыль после налогообложения) [12, С. 135-136].

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

- капитализированная прибыль (часть прибыли, которая идет на прирост активов),
- потребляемая прибыль (часть прибыли, которая идет на выплату дивидендов, персоналу и по социальным проектам) [40, С.258].

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

Анализ состава и динамики прибыли важен еще и потому, что для разных групп заинтересованных лиц имеют значение разные виды прибыли. Например, собственников интересует размер чистой прибыли. Эти средства могут

использоваться ими как для выплаты дивидендов, так и для инвестирования в развитии компании. Кредиторы обращают внимание на прибыль от продаж. Именно из нее происходят выплаты по процентам. Государство заинтересовано в прибыли до налогообложения (бухгалтерской прибыли) — у компании должны быть средства для выплат в бюджет.

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

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

Чтобы оценить вклад каждого фактора в конечный результат в абсолютных и относительных единицах необходимо провести факторный

анализ. Результаты этого анализа дают повод сделать выводы о качественном и количественном влиянии каждого фактора на конечный финансовый результат. Предлагается взять в качестве образца методику факторного анализа, предложенную Г.В. Савицкой, — метод цепной подстановки. Сначала проводится расчет влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию (Таблица 1.1).

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

Показатель прибыли	Факторы				Порядок расчета
	Объем продаж	Структура продаж	Цены	Себестоимость	
P_0	t_0	t_0	t_0	t_0	$V_0 - Z_0$
$P_{усл\ 1}$	t_1	t_0	t_0	t_0	$P_0 \times I_{рп}$
$P_{усл\ 2}$	t_1	t_1	t_0	t_0	$V_{усл} - Z_{усл}$
$P_{усл\ 3}$	t_1	t_1	t_1	t_0	$V_1 - Z_{усл}$
P_1	t_1	t_1	t_1	t_1	$V_1 - Z_1$

Затем рассчитывается изменение прибыли за счет каждого из факторов. Формулы приведены в таблице (Таблица 1.2).

Таблица 1.2 - Изменение прибыли за счет каждого из факторов

Влияние фактора	Порядок расчета
Объем реализации продукции	$P_{усл\ 1} - P_0$
Структура реализованной продукции	$P_{усл\ 2} - P_{усл\ 1}$
Среднереализационные цены	$P_{усл\ 3} - P_{усл\ 2}$
Себестоимость реализации продукции	$P_1 - P_{усл\ 3}$

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

1.3. Анализ показателей рентабельности

Полнее понять эффективность деятельности предприятия позволяет анализ относительных показателей — показателей рентабельности. В ходе такого

анализа изучаются, как правило, три больших группы показателей. Ю.П. Маркин [28, С. 431] и В.Г. Когденко [20, С. 128] выделяют следующие группы:

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

Что касается конкретных показателей рентабельности, то у разных авторов (В.Г. Когденко [20], Н.П. Любушкин [25], Ю.П. Маркин [28], Г.Н. Ронова [39]) идут разные наборы коэффициентов. Предлагается остановиться на системе, предложенной Г.Н. Роновой [39, С.82] (Таблица 1.3).

Таблица 1.3 — Показатели рентабельности

Показатель	Порядок расчета
Рентабельность продукции	$\frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Себестоимость}} \times 100$
Рентабельность производства	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{(\text{Оборотные активы} + \text{основные средства})}$
Рентабельность совокупных активов	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Совокупные активы}}$
Рентабельность внеоборотных активов	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Внеоборотные активы}}$
Рентабельность оборотных активов	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Оборотные активы}}$
Рентабельность чистого оборотного капитала	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Чистый оборотный капитал}}$
Рентабельность собственного капитала	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}}$
Рентабельность продаж	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка}}$

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

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

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

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

Уровень рентабельности продукции зависит от трех факторов первого порядка:

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

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

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

Показатель рентабельности	Факторы				Порядок расчета
	Объем продаж	Структура продаж	Цены	Себестоимость	
R_0	t_0	t_0	t_0	t_0	Π_0 / Z_0
$R_{\text{усл 1}}$	t_1	t_0	t_0	t_0	$\Pi_{\text{усл1}} / Z_{\text{усл1}}$
$R_{\text{усл 2}}$	t_1	t_1	t_0	t_0	$\Pi_{\text{усл2}} / Z_{\text{усл2}}$
$R_{\text{усл 3}}$	t_1	t_1	t_1	t_0	$\Pi_{\text{усл3}} / Z_{\text{усл3}}$
R_1	t_1	t_1	t_1	t_1	Π_1 / Z_1

Затем вычисляется влияние каждого фактора на изменение рентабельности продукции.

Таблица 1.5 - Изменение рентабельности за счет каждого из факторов

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

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

1.4. Анализ деловой активности

С точки зрения В.Г. Когденко [20, С. 160] целью анализа деловой активности является оценка качества менеджмента по критерию скорости преобразования активов организации в денежные средства. Иными словами, чем быстрее протекают бизнес-процессы в организации, тем меньше у нее проблем с обслуживанием. А это напрямую влияет на конкурентоспособность, ликвидность и кредитоспособность организации.

Классификацию критериев деловой активности можно найти у Г.Н. Роновой [39, С. 102].

Выделяются качественные и количественные критерии. К качественным критериям относятся:

- широта рынков сбыта,
- репутация предприятия,
- конкурентоспособность,
- наличие стабильных поставщиков и покупателей продукции компании.

Чтобы оценить эти не формализованные и не выраженные количественно критерии необходимо сопоставлять разных участников рынка.

Количественные критерии в свою очередь делятся на абсолютные и относительные. Абсолютные мы находим в результатах финансовой деятельности. Это: - объем реализации продукции, - прибыль, - активы.

Целесообразно сравнивать динамику изменения этих показателей. В этих целях используют следующее неравенство:

где T_{π} — темпы изменения прибыли

$T_{в}$ — темпы изменения выручки от реализации продукции,

$T_{ак}$ — темпы изменения активов предприятия.

Это неравенство — «золотое правило экономики предприятия». Суть его состоит в том, что прибыль должна расти быстрее, чем объемы реализации продукции и имущество предприятия. Достичь этого можно только в том случае, если издержки производства должны снижаться, а ресурсы предприятия будут использоваться более эффективно. Относительные показатели деловой активности характеризуют уровень эффективности использования ресурсов (материальных, трудовых и финансовых). Предлагаемая Г.Н. Роновой [39, С. 100-102] система показателей деловой активности базируется на данных бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия. Данная система представлена в таблице 1.6.

Таблица 1.6 — Система показателей деловой активности

Коэффициент	Способ расчета
Показатели оборачиваемости активов	
$КО_a$ (коэффициент оборачиваемости активов) оборотов в год,	$ВР$ (выручка от реализации) / A (средняя стоимость активов за расчетный период)
$П_a$ (продолжительность одного оборота), дней в одном обороте	$Д$ количество дней в расчетном периоде / $КО_a$
$КО_{воa}$ (коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов) оборотов в год	$ВР$ / $ВOA$ (средняя стоимость внеоборотных активов за расчетный период)
$П_{воa}$ (продолжительность одного оборота внеоборотных активов), дней в одном обороте	$Д$ / $КО_{воa}$
$КО_{oa}$ (коэффициент оборачиваемости оборотных активов), оборотов в год	$ВР$ / OA (средняя стоимость оборотных активов за расчетный период)
$П_{oa}$ (продолжительность одного оборота оборотных активов), дней в одном обороте	$Д$ / $КО_{oa}$

КО _з (коэффициент оборачиваемости запасов), оборотов год	СТР (себестоимость реализации товаров) / З _{ср} (средняя стоимость запасов за расчетный период)
---	--

Продолжение Таблицы 1.6

Коэффициент	Способ расчета
Показатели оборачиваемости активов	
П _з (продолжительность одного оборота запасов), дней в одном обороте	Д / КО _з
КО _{дз} (коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности), оборотов в год	ВР / ДЗ _{ср} (средняя стоимость дебиторской задолженности за расчетный период)
П _{дз} (продолжительность одного оборота дебиторской задолженности), дней в одном обороте	Д / КО _{дз}
Показатели оборачиваемости собственного капитала	
КО _{ск} (коэффициент оборачиваемости собственного капитала)	ВР / СК _{ср} (средняя стоимость собственного капитала за расчетный период)
П _{ск} (продолжительность одного оборота собственного капитала), дней в одном обороте	Д / КО _{ск}
Показатели оборачиваемости кредиторской задолженности	
КО _{кз} (коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности), оборотов в год	ВР / КЗ _{ср} (средний остаток кредиторской задолженности за расчетный период)
П _{кз} продолжительность одного оборота кредиторской задолженности), дней в одном обороте	Д / КО _{кз}

При анализе деловой активности различают три вида циклов обращения: финансовый, операционный и производственный.

Финансовый цикл, или цикл обращения денежной наличности, представляет собой время, в течение которого денежные средства отвлечены из оборота.

Операционный цикл – это общее время, в течение которого финансовые ресурсы иммобилизованы в запасах и дебиторской задолженности (иногда его называют валовым операционным циклом денежных средств).

Производственный цикл – это период обращения производственных запасов.

Операционный цикл характеризует общее время, в течение которого финансовые ресурсы омертвлены в запасах и дебиторской задолженности. Поскольку предприятие оплачивает счета поставщиков с временным лагом (время, в течение которого денежные средства извлечены из оборота), финансовый цикл меньше операционного на среднее время обращения кредиторской задолженности. Сокращение операционного и финансового циклов в динамике рассматривается как положительная тенденция. Если сокращение операционного цикла может быть сделано за счет ускорения производственного процесса и оборачиваемости дебиторской задолженности, то финансовый цикл может быть сокращен как за счет данных факторов, так и за счет некоторого некритического замедления оборачиваемости кредиторской задолженности [21, С. 103-104].

1.5. Резервы роста прибыли и рентабельности

Одним из завершающих этапов анализа финансовых результатов деятельности компании может быть анализ резервов увеличения прибыльности и рентабельности. Более того, на наш взгляд, ему необходимо уделить особое внимание.

Анализ резервов увеличения прибыли и рентабельности основывается, в том числе, и на других видах анализа, являющихся составными частями комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятия, — производственной программы, себестоимости, трудовых и материальных ресурсов. При этом, например, при анализе резервов увеличения прибыли имеет смысл выделить отдельно текущие и перспективные резервы [6, С.180].

Первые связаны с совершенствованием текущей деятельности компании (снижение себестоимости, увеличение объемов производства, повышение рентабельности продукции), вторые — с ее инвестиционной деятельностью (освоение новых видов продукции, модернизация производства, внедрение передовых технологий). Подобное разделение позволяет учесть тот фактор, что, например, при освоении новых видов продукции или при проведении масштабной модернизации в краткосрочной перспективе возможно даже снижение прибыльности предприятия, а ожидаемый эффект оказывается возможным только в среднесрочной или долгосрочной перспективе.

В данной ситуации предлагается, в соответствии с методикой В.И. Бариленко остановиться подробнее на текущих, внутренних резервах увеличения прибыли предприятия. Наиболее общими направлениями поиска таких резервов является мобилизация выявленных ранее резервов роста производства, реализации продукции за счет лучшего использования трудовых ресурсов, материалов, основных фондов и т.п. Но возможный прирост объема реализации продукции это еще не резерв прибыли. Рентабельность продукции предприятия определяется как отношение прибыли к объему реализации продукции. Таким образом, прибыль есть произведение рентабельности продукции и объема реализации продукции.

Исходя из этого, чтобы определить резерв увеличения прибыли (скажем, по сравнению с ее достигнутой величиной) необходимо резерв роста объема реализации продукции умножить на базисную рентабельность реализованной продукции по отношению к выручке в оптовых ценах. В формализованном виде это будет выглядеть следующим образом:

$$\Delta\Pi = \DeltaРП \cdot Р0 = \DeltaРП \cdot \Pi0/Р\Pi0, (1.2)$$

где $\Delta\Pi$ — резерв увеличения прибыли;

$\DeltaРП$ — резерв роста (прирост) объема реализации;

$Р0$ — рентабельность продаж базисного периода;

$\Pi0$ — прибыль базисного периода;

РПО — объем продукции проданной в базисном периоде [6, С. 181].

Мобилизация резервов снижения себестоимости продукции достигается за счет ликвидации потерь, перерасходов, завышения норм затрат, непроизводительных затрат, повышения технического и организационного уровня производства, совершенствования управления. В этом случае резерв роста прибыли ($\Delta\Pi$) будет равен сумме выявленных ранее резервов снижения затрат:

- недопущение убытков по основной деятельности предприятия;
- максимизация операционной прибыли, также как и по основной деятельности;
- ликвидация и недопущение внереализационных убытков (резерв прибыли равен сумме всех внереализационных убытков, ликвидация которых возможна).

В качестве резервов возможного роста прибыли можно также назвать минимизацию налогов за счет налогового планирования и оптимального выбора учетной политики, оптимизацию ассортимента продукции, вложение свободных средств в высокодоходные активы, оптимизацию ценовой политики и др.

Итогом многоуровневой и многоступенчатой работы должна являться разработка программы корректирующих мероприятий, позволяющих достичь вновь определенных уровней прибыльности и рентабельности.

Ценность результатов анализа резервов прибыльности и рентабельности заключается также и в том, что позволяет найти такие возможности и резервы, когда для повышения эффективности той или иной стороны деятельности предприятия не требуются дополнительные финансовые вложения. И это особенно важно в кризисных условиях, когда наблюдается дефицит ликвидности, а дополнительные заимствования на рынке приводят к нежелательному возрастанию долговой нагрузки компании.

В качестве резюме можно привести цитату из статьи А.В. Михайловой:

«Для повышения показателя рентабельности для энергетических компаний предлагаем следующие меры:

1. Повышение продажной цены.
2. Снижение себестоимости продукции.
3. Увеличение объемов производства» [19, С. 273].

Выводы А.В. Михайловой говорят о том, что предложения по повышению эффективности производственной деятельности организации универсальны и применимы к предприятиям, относящимся к любым отраслям. Например, все, что предлагается для энергетической отрасли, справедливо и для машиностроения, в частности, автомобилестроения, где ценообразование, себестоимость и объемы имеют непосредственное влияние на конечный результат.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия в зависимости от целей организации может затрагивать самые разные направления итогов ее работы. При анализе финансовых результатов деятельности ОАО «АВТОВАЗ» имеет смысл остановиться на двух ключевых показателях – прибыли и рентабельности. Первый показатель характеризует эффективность основной деятельности компании, ее платежеспособность и наличие возможностей для развития. Вторым показателем акцентируется внимание на эффективности компании в целом и ее менеджмента в частности. Совокупность этих двух показателей уже при экспресс-анализе позволяет оценить деятельность компании и подготовить рекомендации по их улучшению.

2. Анализ финансовых результатов деятельности и деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»

2.1. Характеристика финансово-хозяйственной деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

Краткая характеристика финансово-хозяйственной деятельности ОАО «АВТОВАЗ» представлена в ежеквартальном отчете за 3 -й квартал 2015 года на официальном сайте компании [12].

Из официального сайта выявлено, что история компании начинается с 20.06.1966 года, когда было принято правительственное постановление о строительстве в городе Тольятти завода по производству легковых автомобилей. Строительство завода началось с 14.01.1967 года.

На основе изученных учредительных документов ОАО «АВТОВАЗ» определено, что целью общества является извлечение прибыли.

В соответствии с уставом предприятия, оно вправе осуществлять следующие основные виды деятельности:

- производство автомобилей, запасных частей, продукции станкостроения, инструмента, в том числе режущего, товаров народного потребления и оказание услуг населению;
- проектная, научно-исследовательская, проведение технических, технико-экономических и иных экспертиз и консультаций;
- строительные, монтажные, пусконаладочные и отделочные работы;
- производство продукции производственно-технического назначения;
- информационное обслуживание, связь;
- торговая, торгово-посредническая, закупочная, сбытовая;
- организация и проведение выставок, выставок-продаж, ярмарок, аукционов, торгов как в Российской Федерации, так и за ее пределами, в том

числе в иностранных государствах; • транспортирование грузов на всех видах транспорта;

- фрахтовые операции с речным, морским, автомобильным, авиационным и другими видами транспорта;

- оказание услуг складского хозяйства;

- оказание сервисных услуг, в том числе по визовому оформлению российским и зарубежным фирмам и гражданам;

- организация и эксплуатация объектов туристического, спортивного, оздоровительного и профилактического назначения и многие другие.

Органами управления Общества являются:

- общее собрание акционеров;

- совет директоров;

- коллегиальный исполнительный орган (правление);

- единоличный исполнительный орган (президент).

Миссия эмитента: Мы создаём для наших клиентов качественные автомобили по доступным ценам, принося стабильную прибыль нашим акционерам, улучшая благосостояние наших сотрудников и повышая ценность нашего бизнеса во благо Отечества.

Выявлено, что ОАО «АВТОВАЗ» - крупнейшее предприятие российского автомобилестроения по объему реализации продукции. Производство автомобилей и сборочных комплектов являются преобладающими видами деятельности ОАО «АВТОВАЗ» и имеют приоритетное значение.

Как следует из годового отчета ОАО «АВТОВАЗ» за 2012 год [11], В 2012 году в состав производственного комплекса ОАО «АВТОВАЗ» входили:

– металлургическое производство,

– прессовое производство,

– механосборочное производство,

– сборочно-кузовное производство,

– производство автомобилей на платформе Альянса Renault-Nissan,

- производство пластмассовых изделий,
- энергетическое производство,
- опытно-промышленное производство.

На правах собственности ОАО «АВТОВАЗ» по состоянию на 31 декабря 2012 года владело акциями и долями в уставном капитале 69 обществ, из которых:

- 14 обществ находились за рубежом (из них 9 обществ – в странах СНГ и в Грузии), в том числе, 6 обществ являются дочерними по отношению к ОАО «АВТОВАЗ»;

- 55 обществ находились на территории России, в том числе, 27 дочерних обществ со 100%-м капиталом ОАО «АВТОВАЗ» [11, С. 33-34].

Согласно данным из годового отчета компании за 2012 год, объем реализации автомобилей и сборочных комплектов производства ОАО «АВТОВАЗ» в 2012 году меньше, чем в 2011 году на 20 784 шт. и 16 327 шт. соответственно, что во многом связано с окончанием государственной программы утилизации старых автомобилей, которая серьёзно поддержала продажи автомобилей LADA в 2011 году, в основном, за счёт реализации моделей «классического» семейства.

Объем выручки за 2012 год по сравнению с 2011 годом вырос на 8 371 млн рублей (на 4,8%). Основная причина роста выручки при снижении продаж – изменение структуры спроса в сторону более современных и дорогих моделей LADA:

- полностью сняты с производства автомобили LADA 2107;
- в апреле 2012 года утверждён график наращивания мощностей по производству автомобилей LADA Granta;
- с мая 2012 года началось производство автомобилей LADA Largus.

По итогам работы за 2014 год получена чистая прибыль в объеме 211 млн. рублей, что ниже показателя 2011 года.

Согласно годовому отчету, на ухудшение финансового результата ОАО «АВТОВАЗ» в 2014 году по сравнению с результатами 2013 года оказали влияние следующие факторы:

- уменьшение производства автомобилей в связи с модернизацией линий главного конвейера для выпуска машин на платформе Альянса;
- изменение структуры модельного ряда и видов произведенной продукции;
- внедрение программ, направленных на стимулирование сбыта, в т.ч. проведение маркетинговых акций по реализации автомобилей LADA со скидкой [11, С 38].

В условиях замедления роста рынка легковых автомобилей и жесткой конкуренции со стороны иностранных производителей менеджмент ОАО «АВТОВАЗ» разработал и реализует комплексную программу повышения спроса и роста конкурентоспособности автомобилей LADA:

- снижение себестоимости производимых автомобилей за счёт оптимизации производственно-хозяйственной деятельности и роста производительности труда;
- улучшение качества производимых автомобилей;
- расширение потребительских свойств автомобилей за счёт внедрения новых опций [11, С 38].

Предлагается провести более глубокий анализ финансовых результатов деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за 2012 год в соответствии с предложенной выше методикой, а также разработать мероприятия по повышению эффективности деятельности предприятия и улучшения основных финансовых результатов деятельности.

2.2. Анализ состава и динамики прибыли

Прежде чем анализировать состав и динамику прибыли следует провести горизонтальный и вертикальный анализ финансовых результатов. Показатели

финансовых результатов можно взять из бухгалтерской отчетности ОАО «АВТОВАЗ» за 2012-2014 годы [7; 8] (Приложение Б). Это позволит оценить динамику основных показателей деятельности предприятия.

Результаты горизонтального и вертикального анализа сводятся в таблицу 2.1.

Таблица 2.1 – Динамика основных показателей деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за период 2012-2013 годы

Показатель	2013 г., млн руб.	2012г., млн руб.	Отклонение, млн руб.	Удельный вес, %		Темпы роста в 2013 году, %
				2013г.	2012г.	
Выручка	175152	183 217	-8065	100	100	95,6
Себестоимость продаж	165060	164 820	240	94,2	90	101,4
Валовая прибыль	10092	18397	-8305	5,8	10	54,8
Коммерческие расходы	6098	7 022	-924	3,5	3,8	4,5
Управленческие расходы	10634	8 639	1995	6	4,7	123,1
Прибыль (убыток) от продаж	(6640)	2 736	-9376	-3,8	1,5	-242,7
Доходы от участия в других организациях	1550	579	971	0,8	0,3	2,7
Проценты к получению	501	833	-332	0,6	0,5	60,1
Проценты к уплате	1403	234	1169	0,2	0,1	6
Прочие доходы	5137	11 385	-6248	10,7	6,2	45,1
Прочие расходы	7120	14 781	-7661	11,9	8,1	48,2
Прибыль (убыток) до налогообложения	(7975)	518	-8493	2	0,3	-15,4
Чистая прибыль (убыток)	6899	211	6688	1,8	0,1	32,7

Анализ 2013 года показал, что при снижении выручки на 4,4% себестоимость продаж показала темп прироста на 1,4%, что привело к увеличению удельного веса себестоимости в выручке более чем на 4%. Именно этот фактор повлиял на то, что валовая прибыль снизилась более чем на 40%.

Снижение коммерческих расходов на 4,5% отчасти был компенсирован ростом управленческих расходов на 23%. В итоге прибыль от продаж снизилась более чем в два раза.

На дальнейшее ухудшение результата повлияло существенное — на 55% - снижение прочих доходов. Несмотря на то, что синхронно уменьшились и прочие расходы, в абсолютном исчислении конечный результат под влиянием этих двух факторов снизился более чем на 1 млрд. руб.

Таким образом, одной из главных причин многократного снижения чистой прибыли стал абсолютный рост себестоимости продукции. Далее проведем анализ финансовых результатов за период 2013-2014 годы, в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Динамика основных показателей деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за период 2013-2014 годы

Показатель	2013 г., млн руб.	2014г., млн руб.	Отклонение, млн руб.	Удельный вес, %		Темпы роста в 2014 году, %
				2013г.	2014г.	
Выручка	175152	189370	14218	100	100	108,1
Себестоимость продаж	165060	192349	272890	94,2	101,6	116,5
Валовая прибыль	10092	9406	-686	5,8	5	93,2
Коммерческие расходы	6098	5472	-626	2,9	3,8	89,7
Управленческие расходы	10634	9592	-1042	90,2	4,7	90,2
Прибыль (убыток) от продаж	-6640	-5658	982	-3,8	1,5	85,2
Доходы от участия в других организациях	1550	83	-1467	0,8	0,3	7,2
Проценты к получению	501	1061	560	0,6	0,5	211,7
Проценты к уплате	1403	3195	1792	0,2	0,1	227,7
Прочие доходы	5137	1951	-3186	10,7	6,2	38
Прочие расходы	7120	20741	13621	11,9	8,1	291,3
Прибыль (убыток) до налогообложения	-7975	-26499	18524	2	0,3	332,3

Чистая прибыль (убыток)	-6899	-25411	-18512	1,8	0,1	-368,3
-------------------------	-------	--------	--------	-----	-----	--------

Анализ таблицы 2.2 показал, что в 2014 году при увеличении выручки на 8,1% себестоимость продаж показала темп прироста на 16,5%, что привело к увеличению удельного веса себестоимости в выручке более чем на 6%. Именно этот фактор повлиял на то, что валовая прибыль снизилась более чем на 6%. Снижение коммерческих и управленческих расходов не повлияло на положительное изменение прибыли от продаж. В итоге прибыль от продаж составила -5658 млн. рублей.

Наглядно, негативные тенденции темпов прироста выручки и себестоимости можно увидеть на рисунке 2.1.

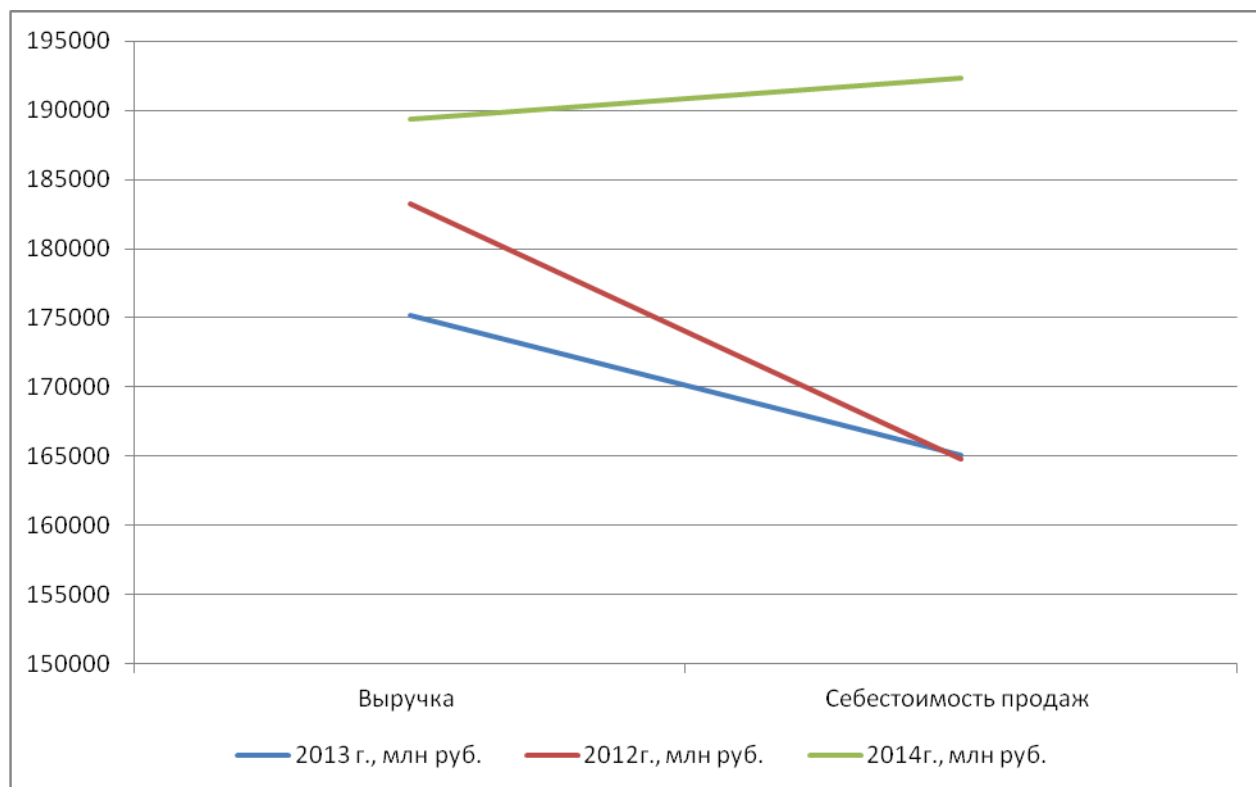


Рисунок 2.1 – Динамика выручки и себестоимости ОАО «АВТОВАЗ» за период 2012-2014 г.г.

Об этом же свидетельствует и дальнейший анализ — анализ состава и динамики прибыли, где за базу взята валовая прибыль (Таблица 2.3).

Таблица 2.3 - Анализ состава и динамики прибыли ОАО «АВТОВАЗ»

Показатель	2013 год		2012 год		Темп роста показателя, %
	Сумма, млн. руб.	Доля, %	Сумма, млн руб.	Доля, %	
Валовая прибыль	10092	100	18 397	100	-
Коммерческие расходы	(6 098)	60	(7 022)	38	22

Продолжение таблицы 2.3

Управленческие расходы	(10634)	105	(8 639)	47	58
Прибыль (убыток) от продаж	(6640)	65	2 736	14,9	-50,1
Доходы от участия в других организациях	1550	15	579	3,2	11,8
Проценты к получению	501	5	833	4,5	0,5
Проценты к уплате	(1403)	14	(234)	1,3	12,7
Прочие доходы	5137	51	11 385	62	-11
Прочие расходы	(7120)	70	(14 781)	80	-10
Прибыль (убыток) до налогообложения	(7975)	-80	518	2,8	-77,2
Чистая прибыль (убыток)	(6899)	-68	211	1,1	-66,9

Анализ показывает, что рост доли административных расходов в валовой прибыли привел к снижению доли прибыли от продаж — на 50%. Существенное снижение доли прочих расходов (на 10%) и доходов (на 11%) в валовой прибыли оказали столь же существенное влияние на показатель прибыли до налогообложения. Доля последней в валовой прибыли упала на 77,2%. В этот период впервые наблюдается отрицательный чистый финансовый результат. Результаты анализа состава и динамики прибыли подтверждают ухудшение деятельности предприятия по все показателям прибыли ОАО «АВТОВАЗ».

Далее сравним состав и структуру показателей прибыли за период с 2013-2014 годы, в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Анализ состава и динамики прибыли ОАО «АВТОВАЗ»

Показатель	2013 год		2014 год		Темп роста показателя, %
	Сумма, млн. руб.	Доля, %	Сумма, млн руб.	Доля, %	
Валовая прибыль	10092	100	9460	100	-
Коммерческие расходы	(6 098)	60	(5472)	58	-2

Продолжение таблицы 2.4

Управленческие расходы	(10634)	105	(9592)	47	-58
Прибыль (убыток) от продаж	(6640)	(65)	(5658)	(101)	36
Доходы от участия в других организациях	1550	15	83	0,8	-82,2
Проценты к получению	501	5	1061	11,2	6,2
Проценты к уплате	(1403)	14	(3195)	33,7	19,7
Прочие доходы	5137	51	1951	20,6	30,4
Прочие расходы	(7120)	70	(20741)	219	149
Прибыль (убыток) до налогообложения	(7975)	(80)	(26499)	(280)	200
Чистая прибыль (убыток)	(6899)	(68)	(25411)	(268)	200

Анализ таблицы 2.4 показывает, что рост негативных тенденций в периоде с 2013 по 2014 годы продолжается. Увеличение доли чистого убытка на 200% произошло за счет увеличения прочих расходов в структуре валовой прибыли на 149%, в то время как доходы от участия в других организациях снизились в структуре на 82%.

Результаты анализа состава и динамики прибыли подтверждают ухудшение деятельности предприятия по всем показателям прибыли ОАО «АВТОВАЗ».

Причины такого результата поможет понять анализ финансовых результатов от реализации продуктов и услуг.

Прежде чем проводить анализ финансовых результатов от реализации продуктов и услуг, предлагается свести все результаты в таблицу 2.5, взяв данные из бухгалтерской отчетности за 2014 год [8, С. 36].

Таблица 2.5 - Итоги основной деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

Виды деятельности	Выручка, млн руб.		Себестоимость продаж, млн руб.		Валовая прибыль, млн руб.	
	2013г.	2012г.	2013г.	2012г.	2013г.	2012г.
Продажи автомобилей	140121	145 372	(131049)	(129 899)	9072	15 473

Продолжение Таблицы 2.3

Виды деятельности	Выручка, млн руб.		Себестоимость продаж, млн руб.		Валовая прибыль, млн руб.	
	2013г.	2012г.	2013г.	2012г.	2013г.	2012г.
Продажи разобранных серий	17 330	18 729	(17 732)	(18 231)	-402	498
Перепродажа покупных запчастей	6 400	6 511	(5 025)	(6 056)	1375	455
Продажи запчастей	5 226	5 750	(4 541)	(4 998)	685	752
Продажа деталей и узлов	3 447	4 324	(4 205)	(3 993)	-758	331
Продажа прочей продукции	2 878	1 100	(1 763)	(808)	1115	292
Прочие услуги	750	1 431	(745)	(835)	-85	596
Итого	175152	183 217	(165060)	(164820)	10092	18 397

Далее проведем анализ структуры основных результатов деятельности предприятия за периоды 2013-2014 годы. Данные сведем в таблицу 2.6.

Таблица 2.6 - Итоги основной деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

Виды деятельности	Выручка, млн руб.		Себестоимость продаж, млн руб.		Валовая прибыль, млн руб.	
	2013г.	2014г.	2013г.	2014г.	2013г.	2014г.
Продажи автомобилей	140121	151496	(131049)	(153879)	9072	-2383
Продажи разобранных серий	17 330	18564	(17 732)	(17666)	-402	898
Перепродажа покупных запчастей	6 400	6 623	(5 025)	(6109)	1375	514

Продолжение Таблицы 2.6

Продажи запчастей	5 226	5735	(4 541)	(5096)	685	639
Продажа деталей и узлов	3 447	4243	(4 205)	(5009)	-758	-766
Продажа прочей продукции	2 878	2500	(1 763)	(3356)	1115	-856
Прочие услуги	750	209	(745)	(1234)	-85	-1025
Итого	175152	189 370	(165060)	(192349)	10092	-2979

Наглядно структуру выручки за 2014 год можно отразить на рисунке 2.2.

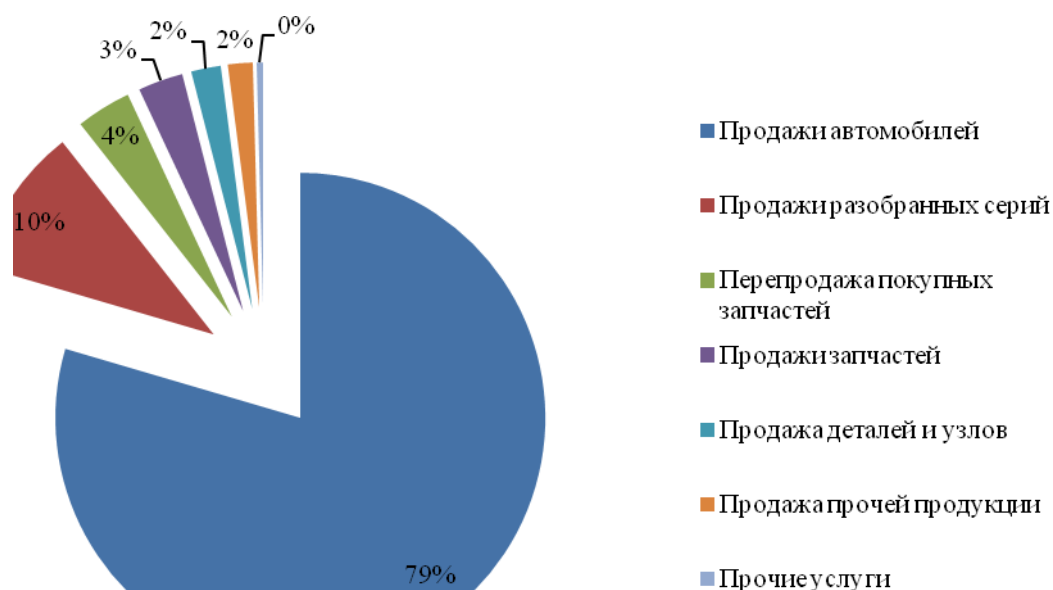


Рисунок 2.2 – Структура выручки за 2014 год в ОАО «АВТОВАЗ»

Учитывая, что почти 80% выручки приходится на продажу автомобилей, факторный анализ предлагается провести только для прибыли от реализации автомобилей. Так как негативные тенденции складывались в основном в период с 2013-2014 годы, то факторный анализ мы будем проводить именно по этому периоду.

Таблица 2.7 – Финансовые результаты от продажи автомобилей ОАО «АВТОВАЗ» в 2013-2014 годах

Показатель	2013	2014
Объем продаж (VP_i), шт.	543000	554000
Объем выручки (B_i), млн руб.	175152	189370
Себестоимость продаж, (Z_i), млн руб.	(165060)	(192349)
Средняя цена реализации ($C_i = B_i / VP_i$), тыс. руб.	322,6	341,8
Себестоимость единицы продукции, ($C_i = Z_i / VP_i$), тыс. руб.	304	347,2

Прибыль от продажи продукции, млн руб.	(6640)	(5658)
--	--------	--------

Прибыль от продажи автомобилей в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности:

- ВРП – объем реализации автомобилей,
- $Уд_i$ — структура продукции,
- $С_i$ – себестоимость,
- $Ц_i$ — уровень среднереализационных цен.

Для дальнейших расчетов используется метод цепной подстановки. Сначала необходимо рассчитать индекс цен (I_{pn}) по следующей формуле:

$$(2.1)$$

где $ВРП_1$ - объем продаж за отчетный период,

$ВРП_0$ - объем продаж за базовый период

В данном случае индекс цен будет следующим:

$$I_{pn} = \frac{554\,000}{543\,000} = 1,02$$

Этот индекс используется для определения выручки, себестоимости и прибыли в столбце «Данные базового периода, пересчитанные на объем продаж отчетного периода». Для этого соответствующие показатели базового периода необходимо перемножить на индекс. Полученные данные сводятся в таблицу 2.8.

Таблица 2.8 - Исходные данные для факторного анализа

Показатель	2013 год	Данные базового периода, пересчитанные на объем продаж отчетного периода	2014 год
Выручка (нетто) от реализации продукции, товаров, услуг	$В_0 = 175152$	$В_{усл} = 175152 * 1,02 = 177$	$В_1 = 189370$

(В)			
Полная себестоимость реализованной продукции (З)	$Z_0 = 165060$	$Z_{\text{усл}} = 165060 * 1,02 = 168361$	$Z_1 = 192349$
Прибыль (П)	$P_0 = -6640$		$P_1 = -5658$

Показатели прибыли вычисляются с использованием формулы из таблицы 1.1 и данных из таблицы 2.7. Все полученные показатели сводятся в таблицу 2.9.

Таблица 2.9 - Расчет влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию

Показатель прибыли	Прибыль, млн руб.
P_0	-6640
$P_{\text{усл 1}}$	-6773
$P_{\text{усл 2}}$	10294
$P_{\text{усл 3}}$	21009
P_1	-5658

Абсолютные значения факторов, влияющих на прибыль, находятся с использованием показателей из таблицы 2.9 и формулы из таблицы 1.2: объем и структура реализации продукции, среднереализационные цены и себестоимость реализации.

Таблица 2.10 - Изменение прибыли за счет каждого из факторов

Влияние фактора	Результат, млн руб.
Объем реализации продукции	-6640
Структура реализованной продукции	-6773
Среднереализационные цены	10294

Себестоимость реализации продукции	21009
Совокупное влияние факторов	-5658

Анализ полученных показателей позволяет сделать вывод о том, что наиболее существенное влияние на прибыль оказывают два фактора — цены и себестоимость. Причем в отчетном периоде влияние этих факторов оказалось разнонаправленным. Если рост цен способствовал росту прибыли, то рост себестоимости привел к ее снижению. Существенно меньшее влияние на конечный результат оказали два других фактора — структура и объемы продаж. Хотя они также способствовали снижению прибыли.

2.3. Анализ показателей рентабельности

Анализ показателей рентабельности позволяет оценить эффективность деятельности предприятия

Данные для расчета показателей рентабельности имеются в бухгалтерском балансе за 2012-2014 годы (Приложение А) и отчете о финансовых результатах (Приложение Б, В). Показатели рентабельности рассчитываются с использованием формул из таблицы 1.3, результаты расчетов заносятся в таблицу 2.11.

Таблица 2.11 - Показатели рентабельности ОАО «АВТОВАЗ» за период 2012-2014 годы

Показатель	2012 год, %	2013 год, %	2014 год, %
Рентабельность продукции	1,6	-4%	-3%
Рентабельность производства	0,5	-3,6%	-10,5%
Рентабельность совокупных активов	0,4	-5,3%	-15,6%
Рентабельность внеоборотных активов	0,5	-7,6%	-22,2%
Рентабельность оборотных активов	1,1	-17,6%	-52,7%

Рентабельность чистого оборотного капитала	3,9	1863,3%	72,3%
Рентабельность собственного капитала	0,6	-26,7%	-6400%
Рентабельность продаж	0,3	-4,5%	-14%

Анализ показывает, что практически все показатели рентабельности снизились, то есть работа ОАО «АВТОВАЗ» в 2014 году по сравнению с 2012 годом стала менее эффективной. Компания стала меньше получать от продаж своей продукции, прежде всего автомобилей. Также предприятие стало менее эффективно использовать свои активы, при том, что размер активов продемонстрировал рост.

Аналогичный вывод можно сделать и в отношении эффективности использования собственного капитала — она снизилась, что отразилось на инвестиционной привлекательности акционерного общества. Косвенно об этом свидетельствует падение котировок акций ОАО «АВТОВАЗ» на рынке. Так, средневзвешенная цена обыкновенных акций ОАО «АВТОВАЗ» снизилась на 18,07% и на 31 декабря 2014 года составила 9,68 рублей за акцию [11, С. 23].

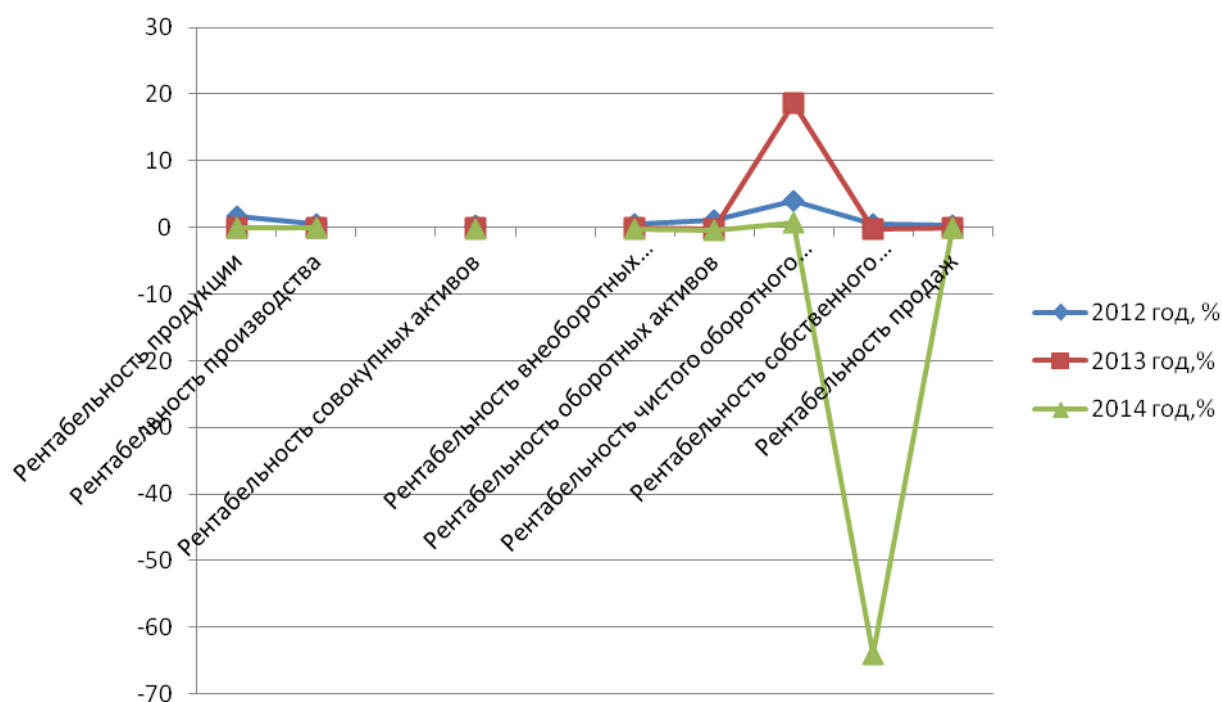


Рисунок 2.3 – Динамика рентабельности ОАО «АВТОВАЗ» за период 2012-2014 годы

Так как факторный анализ прибыли от реализации продукции и услуг проводился только для одного вида продукции — автомобилей, являющегося основным для ОАО «АВТОВАЗ», то и факторный анализ рентабельности необходимо проводить для одного вида рентабельности — рентабельности продукции (автомобилей).

Как и в случае с факторным анализом прибыли, уровень рентабельности продукции (автомобилей) зависит от четырех факторов первого порядка:

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

Факторный анализ рентабельности продукции (автомобилей) можно провести методом цепной подстановки. Все необходимые данные берутся из таблиц 2.7 и 2.8, а формулы — из таблицы 1.4. Полученные данные сводятся в таблицу 2.12.

Таблица 2.12 - Факторный анализ рентабельности продукции

Показатель рентабельности	Рентабельность, %
R_0	-4
$R_{\text{усл 1}}$	-3,4
$R_{\text{усл 2}}$	4,4
$R_{\text{усл 3}}$	4,8
R_1	-3

Анализ показывает, что основной причиной снижения рентабельности продукции (автомобилей) с в период с 2013 по 2014 годы был рост себестоимости. Этот фактор полностью нивелировал влияние другого фактора

— рост среднереализационных цен. Точнее, рост цен снизил негативный эффект на конечный результат от роста себестоимости.

2.4 . Анализ деловой активности

ОАО «АВТОВАЗ» - крупнейший автопроизводитель России. Его доля на рынке новых автомобилей в России в 2012 году составляла около 18-19%. Автомобили под брендом LADA продаются во всех регионах мира, однако поставки на большинство рынков незначительны. Большая часть экспортных автомобилей поставляется в страны СНГ — Казахстан, Украина, Азербайджан, Белоруссия [11, С. 40]. Таким образом, с точки зрения качественных критериев деловой активности у ОАО «АВТОВАЗ» есть все основания занимать ведущую роль в отрасли.

Анализ абсолютных количественных критериев деловой активности дает иной результат. Если подставить имеющиеся данные о темпах роста активов, выручки и прибыли в неравенство 1.1, то получим следующее соотношение:

$$(93,2\%) < 105\% < 108\% < 100\%$$

То есть в случае с ОАО «АВТОВАЗ», «золотое правило экономики» не выполняется: прибыль падает, выручка хотя и растет, но медленнее, чем активы предприятия.

Более полную картину в отношении деловой активности дает анализ ее относительных показателей — коэффициентов деловой активности, представленный в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Коэффициенты деловой активности

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.
Показатели оборачиваемости активов			
КО _а , оборотов в год	183 217 / 141 121 = 1,3	175152/149942=1,2	189370/169254=1,1
П _а , дней в одном	365 / 1,3 = 280	365/1,2=304	365/1,1=332

обороте			
КО _{воа} , оборотов в год	$183\,217 / 95\,461 = 1,9$	$175152/104578=1,7$	$189370/118998=1,6$
П _{воа} , дней в одном обороте	$365 / 1,9 = 192$	$365/1,7=215$	$365/1,6=228$
КО _{оа} , оборотов в год	$183\,217 / 48\,660 = 3,8$	$175152/45364=3,8$	$189370/50256=3,8$
П _{оа} , дней в одном обороте	$365 / 3,8 = 96$	$365 / 3,8 = 96$	$365/3,8=96$
КО _з , оборотов в год	$164\,820 / 19\,733 = 8,2$	$165060/24846=6,6$	$192349/15117=12,7$
П _з , дней в одном обороте	$365 / 8,4 = 44,5$	$365/6,6=55,3$	$365/12,7=28,7$

Продолжение таблицы 2.13

КО _{дз} , оборотов в год	$183\,217 / 19\,237 = 9,5$	$175152/15912=11$	$189370/23903=8$
П _{дз} , дней в одном обороте	$365 / 11,6 = 38,4$	$365/11=33,2$	$365/8=45,6$
Показатели оборачиваемости собственного капитала			
Ко _{ск} , оборотов в год	$183\,217 / 32\,707 = 5,6$	$175152/25808=6,8$	$189370/397=477$
П _{ск} , дней в одном обороте	$365 / 5,7 = 65$	$365/6,8=53,7$	$365/477=0,8$

обороте			
Показатели оборачиваемости кредиторской задолженности			
КО _{кз} , оборотов в год	183 217 / 28 927 = 6,3	175152/22670=7,7	189370/47807=4
П _{кз} , дней в одном обороте	365 / 7 = 58	365/7,7=47	365/4=91,25

Анализ показывает, что оборачиваемость активов падает — коэффициент оборачиваемости уменьшается, а число дней в одном обороте растет. Это справедливо в отношении оборачиваемости внеоборотных активов и дебиторской задолженности.

Несколько лучше ситуация с оборотными активами показатели за период с 2012 по 2014 годы находились на одном уровне развития. Коэффициент оборачиваемости запасов, наоборот демонстрирует положительную динамику. Так, за три года время одного оборота запасов сократилось почти на 16 дней. Относительные показатели оборачиваемости собственного капитала демонстрируют положительную динамику, которая выражается в увеличении числа оборотов в год и росте продолжительности одного оборота. Показатели кредиторской задолженности характеризуют замедление оборачиваемости, выражающееся в уменьшении числа оборотов в год и увеличении дней в одном обороте — можно расценивать как плюс, так изменения не критические.

Анализ относительных показателей оборачиваемости подтверждает тенденцию, которая была обнаружена при анализе количественных показателей деловой активности, — эффективность деятельности предприятия в 2014 году снизилась, что отразилось в менее эффективном использовании имеющихся у ОАО «АВТОВАЗ» ресурсов.

Проведенный анализ финансовых результатов деятельности ОАО «АВТОВАЗ» в период с 2010 по 2014 годы показал негативную динамику

основных показателей и снижение эффективности деятельности предприятия в целом. Был проведен горизонтальный и вертикальный анализы финансовых результатов, анализ состава и динамики прибыли, анализ финансовых результатов от продажи продуктов и услуг (прибыли от продажи автомобилей), анализы показателей рентабельности и деловой активности.

3. Предложения по улучшению финансовых результатов и деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»

3.1. Мероприятия по улучшению финансовых результатов предприятия

Анализ финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ» за 2012-2014 годы свидетельствует о необходимости разработки корректирующих действий, которые бы позволили улучшить финансовые показатели предприятия, прежде всего, связанные с прибыльностью и рентабельностью.

Как следует из проведенного выше анализа, по итогам 2013-2014 года при росте выручки на 5% себестоимость продаж показала большие темпы роста — 6,6%, что привело к увеличению удельного веса себестоимости в выручке. Этот фактор стал следствием того, что валовая прибыль снизилась почти на 9%. Рост коммерческих расходов на 4,5% отчасти был компенсирован снижением управленческих расходов (2%). В итоге прибыль от продаж снизилась более чем на 40%.

На дальнейшее ухудшение результата повлияло существенное — на 38% — снижение прочих доходов. Несмотря на то, что синхронно уменьшились и прочие расходы, в абсолютном исчислении конечный результат под влиянием этих двух факторов снизился более чем на 1 млрд. руб. Таким образом, одной из главных причин многократного снижения чистой прибыли стал абсолютный рост себестоимости продукции, который не смог компенсировать незначительный рост среднереализационных цен.

Анализ состава и динамики прибыли показал, что рост доли коммерческих и административных расходов в валовой прибыли привел к снижению доли прибыли от продаж — с 23% до 14,9%. Существенное снижение доли прочих расходов (на 23%) и доходов (на 30%) в валовой прибыли оказали столь же существенное влияние на показатель прибыли до налогообложения. Доля

последней в валовой прибыли упала с 17% до 2,8%. В свою очередь доля чистой прибыли упала с 15% до 1,1%.

Результаты анализа состава и динамики подтвердили тезис о существенном ухудшении показателей деятельности предприятия, прежде всего, снижение чистой прибыли, уменьшившейся более чем в 10 раз.

Факторный анализ прибыли от реализации продукции (автомобилей) позволил сделать вывод о том, что наиболее существенное влияние на прибыль оказали два фактора — цены и себестоимость. Причем в отчетном периоде влияние этих факторов оказалось разнонаправленным. Если рост цен способствовал росту прибыли, то рост себестоимости привел к ее снижению. Существенно меньшее влияние на конечный результат оказали два других фактора — структура и объемы продаж. Хотя они также способствовали снижению прибыли.

В целом прибыль от реализации продуктов и услуг (в нашем случае — автомобилей) снизилась, что оказало решающее воздействие, в том числе, и на итоговый финансовый результат, который зафиксировал многократное снижение чистой прибыли в плоть до убытка.

Анализ показателей рентабельности показал негативную динамику всех показателей, то есть работа ОАО «АВТОВАЗ» в 2013-2014 годах по сравнению с 2012 годом стала по многим параметрам менее эффективной. Компания стала меньше получать от продаж своей продукции, прежде всего, автомобилей. Также компания стала менее эффективно использовать свои активы, при том, что размер активов продемонстрировал рост. Аналогичный вывод можно сделать и в отношении эффективности использования собственного капитала — она снизилась, что отразилось на инвестиционной привлекательности акционерного общества.

Очевидно, что главной причиной ухудшения показателей стала снижение объемов получаемой предприятием прибыли.

Факторный анализ показателей рентабельности подтвердил ранее отмеченную тенденцию - основной причиной снижение рентабельности продукции (автомобилей). Этот фактор полностью нивелировал влияние другого фактора — рост среднереализационных цен. Точнее, рост цен снизил негативный эффект на конечный результат от роста себестоимости.

3.2. Направления роста деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»

Анализ деловой активности ОАО «АВТОВАЗ» показал снижение эффективности работы менеджмента по ускорению превращению активов в денежные средства.

Так, свидетельством снижения эффективности стало ухудшение показателей оборачиваемости активов — коэффициенты оборачиваемости уменьшились, а число дней в одном оборотах выросло. Это справедливо в отношении оборачиваемости внеоборотных активов и дебиторской задолженности. Несколько лучше ситуация с оборотными активами и запасами, эти показатели показывают положительную динамику, как по коэффициентам оборачиваемости, так и по количеству дней в одном обороте.

Анализ относительных показателей оборачиваемости только подтвердил тенденцию, которая была обнаружена при анализе количественных показателей деловой активности, — эффективность деятельности предприятия в 2014 году снизилась, что выразилось в менее эффективном использовании имеющихся у ОАО «АВТОВАЗ» ресурсов.

Негативная динамика деятельности ОАО «АВТОВАЗ» в 2014 году по сравнению с 2012 годом требует серьезного вмешательства и разработки комплекса мероприятий, которые позволят, прежде всего, повысить прибыльность бизнеса — как основы для улучшения всех основных показателей деятельности компании.

Пути повышения прибыльности следуют из выводов анализа финансовых результатов деятельности компании. ОАО «АВТОВАЗ» необходимо сосредоточиться на трех направлениях:

- рост объемов выручки,
- снижение себестоимости (уменьшение затрат и материалоемкости, сокращение внереализационных убытков),
- рост среднереализационных цен (в том числе за счет совершенствования структуры выпускаемой продукции).

Производственные мощности ОАО «АВТОВАЗ» позволяют увеличить объем выпуска автомобилей с примерно 600 тысяч, как это было в 2011-2012 годах до 800 тысяч, как это позволяют производственные мощности, то есть компания вполне может позволить себе 30-процентный рост производства. Однако маркетинговые исследования показывают, что автомобильный рынок России в 2014 году замедлился в своем развитии, а в некоторых сегментах отмечается падение. В частности, это касается автомобилей эконом-класса, к которым относится весь модельный ряд компании[12].

В этой связи рассчитывать на рост выручки, а вместе с ней и прибыли за счет увеличения объемов производства и продаж автомобилей в данной ситуации нет возможности. Поэтому роста выручки компания может добиваться только за счет таких факторов, как рост среднереализационных цен и снижение себестоимости.

Предлагается оценить экономический эффект от внедрения мероприятий, направленных на рост среднереализационных цен и на снижение себестоимости производства и продаж автомобилей.

3.2. Оценка экономической эффективности мероприятий

Первый фактор — повышение среднереализационных цен — следует использовать очень осторожно. Дело в том, что резкое повышение цен на падающем рынке может обернуться обратным эффектом, то есть снижением

объема продаж, а, следовательно, выручки и прибыли. Поэтому экономический эффект от повышения среднереализационных цен необходимо обусловить обязательным ограничением — объем реализации автомобилей необходимо планировать из расчета, что он будет аналогичен объему реализации в 2014 году.

Для расчета резерва роста прибыли за счет увеличения среднереализационных цен можно воспользоваться следующей формулой:

где $R_{\text{пц}}$ — резерв роста прибыли за счет увеличения среднереализационных цен,

$VRП$ — планируемый объем производства автомобилей,

$Ц1$ — планируемая среднереализационная цена,

$Ц0$ — средняя цена реализации в 2014 году.

Для нахождения требуемого результата неизвестен только один показатель — планируемая среднереализационная цена. Ее предлагается определить аналитическим путем. В 2014 году по сравнению с 2013 годом средняя цена реализации выросла на 9%. На это повлияло два фактора:

- рост цен на энергоносители, материалы и комплектующие,
- изменение структуры продукции в сторону более дорогих моделей.

ОАО «АВТОВАЗ» провело несколько повышений цен на свои автомобили, что в сумме по итогам года дало 6%. Оставшиеся 3% роста были обусловлены изменением структуры производимых и продаваемых автомобилей. Принимая во внимание, что в 2015 году аналогичного по размерам роста цен будет добиться сложно в силу нарастания кризисных явлений и такой задачи перед службами маркетинга не ставится, рост средней цены реализации можно ограничить уровнем предположительно в 2%.

Такой рост, обусловленный изменением структуры продаж автомобилей, вполне реален: доля более дорогих автомобилей в структуре продаж компании имеет тенденцию к росту, как в силу тотальной смены модельного ряда, так и в

силу отказа от производства устаревших и более дешевых моделей (осенью 2012 года прекращено производство автомобилей классического семейства LADA-2105/2107, в декабре 2013 года завершилось производство автомобилей семейства LADA Samara). В другое время, в ноябре 2015 года начались продажи нового модельного ряда LADA VESTA и через не большой промежуток времени будет реализовываться LADA X-RAY.

Используя данные из таблицы 2.6 и формулу 3.1 можно рассчитать резерв роста прибыли за счет роста среднереализационных цен:

$$P_{\text{пц}} = 592\,000 \cdot (245,6 \cdot 2/100 + 245,6) - 245,6 = 2\,900 \text{ млн руб.}$$

Другое важное направление поиска резервов роста прибыли - снижение затрат на производство и реализацию продукции. Для выявления и подсчета резервов роста прибыли за счет снижения себестоимости может быть использован метод сравнения. В этом случае для количественной оценки резервов очень важно правильно выбрать базу сравнения. В качестве такой базы могут выступать уровни использования отдельных видов производственных ресурсов: плановый и нормативный, достигнутый на передовых предприятиях; базовый фактически достигнутый средний уровень в целом по отрасли и так далее.

При сравнительном методе количественного измерения резервов их величина определяется путем сопоставления достигнутого уровня затрат с их потенциальной величиной:

где $P_{\text{пс}}$ — резерв роста прибыли от снижения себестоимости,

$P_{\text{с}}$ — резерв снижения себестоимости продукции,

$C_{\text{ф}}$ — фактический показатель себестоимости,

$C_{\text{п}}$ — потенциальный показатель себестоимости.

Потенциальный показатель себестоимости можно найти по следующей формуле:

$$C_{п} = C_{ф} - Z_{в} * C_{ф} = C_{ф} (1 - Z_{в}), \quad (3.3)$$

где $Z_{в}$ - возможное снижение затрат на 1 руб. продукции.

Таким образом, если подставить формулу 3.3 в формулу 3.2, то резерв снижения себестоимости можно определить по формуле:

Возможное снижение затрат на 1 руб. продукции определяется в ходе анализа себестоимости. В данной работе анализ себестоимости продукции не производился. Поэтому возможное снижение затрат (себестоимости) можно рассчитать аналитическим путем.

Сначала необходимо затраты на производство продукции привести в сопоставимые значения. Для этого необходимо произвести пересчет показателей затрат на 1 руб. продукции.

Для расчетов можно воспользоваться следующей формулой:

где Z_{iu} — затраты на производство продукции в перерасчете на 1 руб. товарной продукции,

Z_i — показатель затрат,

V — общая выручка от продажи продукции.

Полученные результаты перерасчета за 2013 и 2014 годы — в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Показатели затрат на производство продукции ОАО «АВТОВАЗ» в пересчете на 1 руб. товарной продукции в 2013-2014 годах

Показатель	Затраты на весь объем товарной продукции в ценах реализации		Затраты на производство продукции в пересчете на 1 руб. товарной продукции	
	2014г.	2013г.	2014г.	2013г.
Материальные затраты	143160	116411	0,72	0,69
Расходы на оплату труда	19 097	19 259	0,10	0,11
Амортизационные отчисления	5 643	5 630	0,03	0,03
Отчисления на социальные нужды	5 443	6 277	0,03	0,04
Прочие затраты	17 390	14 609	0,09	0,08
Изменение остатков незавершенного производства, готовой продукции и др.	1 616	2 874	0,01	0,02
Итого затрат (себестоимость)	192349	165060	0,98	0,97

Как показывают данные таблицы 3.1, на ОАО «АВТОВАЗ» имеются резервы снижения себестоимости продукции за счет незначительного уменьшения материальных затрат и прочих затрат.

Предлагается считать, что возможное снижение затрат на 1 руб. товарной продукции равно половине той суммы, на которую затраты увеличились в 2014 году по сравнению с 2013 годом за счет материальных затрат и прочих затрат:

$$Z_{в} = (0,72 + 0,09) - (0,69 + 0,08)/2 = 0,02 \text{ руб.}$$

Согласно бухгалтерской отчетности за 2014 год фактическая себестоимость реализованной продукции в 2014 г. составила 192349 млн руб. Таким образом, подставив необходимые данные в формулу 3.4 можно определить резерв снижения себестоимости:

$$P_{с} = 192349 * 0,02 = 3 847 \text{ млн руб.}$$

Это значит, что при объеме производства и продаж, аналогичном

объемом производства и продаж в 2014 году, за счет снижения себестоимости предприятие может получить дополнительную прибыль от продаж в сумме 3 847 млн руб.

Следовательно, резерв роста прибыли от продаж (P_{Π}) с учетом резерва увеличения прибыли за счет роста среднереализационных цен ($P_{\Pi\Pi}$) и снижения себестоимости ($P_{\Pi c}$) составит:

$$P_{\Pi} = 2\,900 + 3\,609 = 6\,500 \text{ млн руб.}$$

Таким образом, возможная прибыль от продаж ($P_{\text{впп}}$) после реализации предложенных мероприятий можно найти, просуммировав резерв роста прибыли и прибыль от продаж по итогам 2014 года:

$$P_{\text{впп}} = 6\,500 + 3\,847 = 9\,236 \text{ млн руб.}$$

Столь существенное повышение прибыли от продаж, безусловно, положительно скажется на улучшении многих показателей, в том числе на и рентабельности.

Основными источниками резервов повышения уровня рентабельности продукции является, согласно факторному анализу, увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение себестоимости товарной продукции. Для подсчета резервов увеличения рентабельности продаж может быть использована следующая формула:

где P_R – резерв роста рентабельности;

$P_{\text{ф}}$ – фактическая сумма прибыли от продаж;

P_{Π} – резерв роста прибыли от продаж;

$C_{\text{в}}$ – возможная себестоимость продукции с учетом выявленных резервов;

$C_{\text{ф}}$ – фактическая сумма затрат по реализованной продукции.

Подставив все известные данные в формулу (3.6), можно вычислить резерв увеличения рентабельности производственной деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за счет действия названных выше факторов:

$$P_R = 3,7\%$$

Таким образом, при увеличении среднереализационных цен на 2% и снижении на 0,02 руб. затрат на 1 руб. товарной продукции ОАО «АВТОВАЗ» может получить дополнительную прибыль от продаж в сумме 6,5 млрд. руб. и увеличить рентабельность продукции на 3,7%.

Заключение

Проведенное исследование показало, что анализ финансовых результатов деятельности предприятия является важной частью работы менеджмента по поддержанию эффективной работы организации.

У анализа финансовых результатов есть свои конкретные задачи:

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

В зависимости от целей организации анализ финансовых результатов может включать в себя самые разные направления, среди которых могут быть:

- анализ состава и динамики прибыли;
- анализ финансовых результатов от реализации продуктов и услуг;
- анализ ценовой политики предприятия и уровня среднереализационных цен;
- анализ прочих финансовых доходов и расходов;
- анализ рентабельности;
- анализ показателей рентабельности;
- определение безубыточного объема производства;
- анализ распределения и использования прибыли;
- подсчет резервов возможного увеличения прибыли и рентабельности;

— оценка прибыли на одну акцию.

Проведение анализа состава и динамики прибыли, а также анализ финансовых результатов от реализации продуктов и услуг позволяет оценить поведение такого важного показателя как прибыль и определить факторы, влияющие на его динамику.

Проведение анализа показателей рентабельности и деловой активности позволяет судить об эффективности деятельности организации в целом, ее конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Анализ финансовых результатов играет важную роль в деятельности организации, потому как именно он может стать основой для разработки программы мероприятий направленных на повышение эффективности всех сторон деятельности организации и его инвестиционной привлекательности.

Проведенный в работе анализ финансовых результатов деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за 2014 год показал, что в отчетном периоде практически все показатели имели негативную динамику. Так, при росте выручки на 5% себестоимость продаж показала большие темпы роста — 6,6%, что привело к увеличению удельного веса себестоимости в выручке. Этот фактор стал следствием того, что валовая прибыль снизилась почти на 9%, а прибыль от продаж — более чем на 40%.

Факторный анализ прибыли от реализации продукции (автомобилей) позволил сделать вывод о том, что наиболее существенное влияние на прибыль оказали два фактора — цены и себестоимость. Причем в отчетном периоде влияние этих факторов оказалось разнонаправленным. Если рост цен способствовал росту прибыли, то рост себестоимости привел к ее снижению. Существенно меньшее влияние на конечный результат оказали два других фактора — структура и объемы продаж. Хотя они также способствовали снижению прибыли.

В целом прибыль от реализации продуктов и услуг (в нашем случае — автомобилей) снизилась на 1,9 млрд. руб., что оказало решающее воздействие,

в том числе, и на итоговый финансовый результат, который зафиксировал многократное снижение чистой прибыли — с 3,1 млрд. руб. до 0,2 млрд. руб.

Анализ показателей рентабельности зафиксировал ухудшение практически всех показателей рентабельности, что подтвердило тенденцию к ухудшению эффективности деятельности крупнейшего автомобилестроительного предприятия России.

Важным дополнением в оценке эффективности деятельности организации в целом и ее менеджмента в частности стал анализ деловой активности ОАО «АВТОВАЗ», результаты которого подчеркнули, что при наличии благоприятных качественных критериев, количественные критерии свидетельствуют о низкой эффективности компании. Анализ относительных показателей только подтвердил это положение.

В этой связи был предложен план корректирующих мероприятий, направленных на улучшение ключевых финансовых показателей ОАО «АВТОВАЗ», прежде всего, прибыльности и рентабельности.

План включил в себя корректировку двух факторов — среднереализационных цен и себестоимости. Поскольку факторные анализы прибыли и рентабельности зафиксировали исключительное влияние именно этих двух факторов на ключевые финансовые показатели.

При этом решено было отказаться от другого традиционного повышения выручки — роста объемов продажи продукции. Это было связано с тем, что прогноз по автомобильному рынку свидетельствует о стагнации и даже падении продаж, особенно в сегменте автомобилей эконом-класса, в котором представлена продукция ОАО «АВТОВАЗ».

Подсчет экономического эффекта от реализации предложенных мероприятий выявил резервы роста прибыли от продаж на 6,5 млрд. рублей, а также рост рентабельности при достижении обозначенных параметров на 3,7%.

В заключение необходимо остановиться на новых тенденциях в теории анализа финансово-хозяйственной деятельности. Так, по мнению А.А.

Мальцевой [27], проведение комплексного экономического анализа корпораций традиционными методами и приемами с позиций классических принципов экономического анализа не способно стать основой для эффективного управления корпораций, направленного на достижение глобальных конкурентных преимуществ. Это связано с усилением значения стратегического планирования как инструмента повышения долгосрочной эффективности корпораций, в основе которого лежат аналитические исследования. В этой связи в последнее время обосновывается необходимость развития методологии анализа и управления в первую очередь крупными компаниями с использованием системной парадигмы, претерпевшей некоторые изменения. Так, в основе современного определения понятия «система» лежит ее экзогенная трактовка в отличие от эндогенной, ранее принятой в науке. Система в новом смысле – это относительно устойчивая в пространстве и во времени целостная часть окружающего мира, выделяемая из него наблюдателем по пространственным и функциональным признакам. С экзогенных позиций предприятие как система отличается целостностью и отделимо от внешнего мира границами собственного функционирования. Для организации в целом применима системная методология комплексного экономического анализа, традиционно применяемая в компании, структурирование которой по направлениям обусловлено, в том числе, особенностями ведения учета и отчетности.

С точки зрения А.А. Мальцевой, факторный анализ является одним из важных направлений экономического анализа, при этом зачастую сохраняется его однобокость, направленность на выявление влияния факторов на показатели эффективности. В рамках новой системной парадигмы высвечивается целесообразность последовательного выявления влияния факторов:

— показателей входного контроля — на показатели преобразования системы;

— показателей преобразования системы — на показатели выходного контроля;

— показателей выходного контроля — на показатели входного контроля [27, С. 176].

Из приведенного выше мнения очевидно, что принятая сегодня методология проведения анализа финансовых результатов деятельности организации не отличается совершенством. Развитие научной мысли и выявление новых закономерностей обязательно приведет к модернизации методов и методик, которые позволят делать анализ более точным и глубоким, а, значит, откроют возможности для создания более реальных планов мероприятий, позволяющих предприятиям достигать желаемых целевых показателей.

Список используемой литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1 от 31.07.1998 № 146-ФЗ (принят ГД ФС РФ 16.07.1998) (ред. от 03.12.2013).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2 от 05.08.2000 № 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 03.12.2013)
3. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 02.11.2013).
4. Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 № 32н (ред. от 27.04.2012) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99».
5. Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. От 27.04.2012) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99».
6. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ: учебник / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: ДИСД, 2009.
7. Базарова Т.Ю. Еремина Б.Л. Управление персоналом. –М.: ЮНИТИ, 2012
8. Бариленко, В.И. Анализ хозяйственной деятельности / В.И. Бариленко. — М.: Омега-Л, 2009. — 414 с.
9. Бухгалтерская отчетность ОАО «АВТОВАЗ» за 2012 год.
10. Бухгалтерская отчетность ОАО «АВТОВАЗ» за 2013 год.
11. Виханский, О.С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2012.
12. Войтоловский, Н.В. Комплексный экономический анализ предприятия / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина. — СПб.: Питер, 2010. — 256 с.

13. Волков О.И. Экономика предприятия: Курс лекций / О.И. Волков, М.: ИНФРА-М, 2003
14. Герасимов, Б.И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, С.П. Спиридонов, Н.И. Саталкина. — Тамбов: ТГТУ, 2008. — 160 с.
15. Годовой отчет ОАО «АВТОВАЗ» за 2014 год.
16. Гражданский кодекс РФ. М.: ООО «Витрэм», 2011
17. Ежеквартальный отчет ОАО «АВТОВАЗ» за 3-й квартал 2015 года.
18. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учеб.: Электрон. биб-ка. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Термика: ИНФРА-М, 2012
19. Калачева, Д. Современные аспекты концепции «Бережливое производство + шесть сигм» и роль логистики в ее реализации/ Логистика, № 2, 2013.
20. Когденко, В.Г. Экономический анализ / В.Г. Когденко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 399 с.
21. Конорева Т.В. Управление затратами. — Омск: Омский государственный институт сервиса, 2003. — 234с.
22. Лапыгин, Ю. Н. Управленческие решения: Учебное пособие. — М.: ЭКСМО, 2009.— 448 с.
23. Лифшиц, А. С. Управленческие решения: Учебное пособие.— М.: КНОРУС, 2009. —248с.
24. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко. — М.: ИРФРА-М, 2008. — 320 с.
25. Любушкин, Н.П., Экономический анализ / Н.П. Любушкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 575 с.
26. Макарова, В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций. — М.: ИНФРА – М, 2009.

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

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

Приложение

Приложение А

Формы
бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2014 г.

Организация ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "АВТОВАЗ" по ОКПО
Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
Вид экономической деятельности производство легковых автомобилей по ОКВЭД
Организационно-правовая форма/форма собственности открытое акционерное общество/совместная федеральная и иностранная собственнос по ОКОПФ/ОКФС
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) _____ по ОКЕИ
Местонахождение (адрес) 445024, г. Тольятти, Южное шоссе, 36

Коды		
0710001		
31	12	2014
00232934		
6320002223		
34.10.2		
47		31
384 (385)		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 <u>14</u> г. ³	На 31 декабря 20 <u>13</u> г. ⁴	На 31 декабря 20 <u>12</u> г. ⁵
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	44	9	8
4.1	Результаты исследований и разработок	1120	6873	3570	2157
	Нематериальные поисковые активы	1130	0	0	0
	Материальные поисковые активы	1140	0	0	0
4.2	Основные средства	1150	78874	71299	65356
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0
4.3	Финансовые вложения	1170	13977	10505	8381
	Отложенные налоговые активы	1180	5335	4241	3157
4.4	Прочие внеоборотные активы	1190	13895	14954	16402
	Итого по разделу I	1100	118998	104578	95461
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4.5	Запасы	1210	15117	24846	19997
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	1549	1544	1280
4.6	Дебиторская задолженность	1230	23903	15912	19237
4.3	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	1941	69	1379
4.7	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	7746	2993	6766
	Прочие оборотные активы	1260	0	0	1
	Итого по разделу II	1200	50256	45364	48660
	БАЛАНС	1600	169254	149942	144121

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 14 г. ³	На 31 декабря 20 13 г. ⁴	На 31 декабря 20 12 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
4.8	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	11421	11421	11421
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(0) ⁷	(0)	(0)
4.9	Переоценка внеоборотных активов	1340	27971	28231	28996
4.9	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	15311	15311	15312
	Резервный капитал	1360	571	571	463
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	{54877}	{29726}	{23485}
	Итого по разделу III	1300	397	25808	32707
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
4.10	Заемные средства	1410	70763	65627	64406
	Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0
4.14	Оценочные обязательства	1430	694	800	854
4.11	Прочие обязательства	1450	10512	11915	10865
	Итого по разделу IV	1400	81969	78342	76125
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
4.10	Заемные средства	1510	35320	19537	3960
4.12	Кредиторская задолженность	1520	47807	22670	28927
	Доходы будущих периодов	1530	197	201	26
4.14	Оценочные обязательства	1540	3564	3384	2376
	Прочие обязательства	1550	0	0	0
	Итого по разделу V	1500	86888	45792	35289
	БАЛАНС	1700	169254	149942	144121

Руководитель _____
 (подпись) (расшифровка подписи)
 " ____ " _____ 20 ____ г.

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах

Наименование показателя ²	Код	За <u>2014 г.</u>	За <u>2013 г.</u>	За 2012 г.
Выручка ⁵	2110	189370	175152	183217
Себестоимость продаж	2120	(192349)	(165060)	(164820)
Валовая прибыль (убыток)	2100	9406	10092	18397
Коммерческие расходы	2210	(5472)	(6098)	(7022)
Управленческие расходы	2220	(9592)	(10634)	(8639)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	{5658}	{6640}	2736
Доходы от участия в других организациях	2310	83	1550	579
Проценты к получению	2320	1061	501	833
Проценты к уплате	2330	(3195)	(1403)	(234)
Прочие доходы	2340	1951	5137	11385
Прочие расходы	2350	(20741)	(7120)	(14781)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	{26499}	{7975}	518
Текущий налог на прибыль	2410	(0)	(0)	(0)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	1322	421	215
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	{544}	{1145}	{1205}
Изменение отложенных налоговых активов	2450	1675	2319	886
Прочее	2460	{43}	{98}	12
Чистая прибыль (убыток)	2400	{25411}	{6899}	211

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

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

Отпечатано в 2 экземплярах.

Библиография составляет ___наименования.

Один экземпляр сдан на кафедру « ____ « _____ 2015 г.

Дата « ____ « _____ 2015 г.

Студент _____ (_____)

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования

«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

Кафедра Финансы и кредит

УТВЕРЖДАЮ

Зав. Кафедрой Финансы и кредит

_____ А.А.Курилова

« ____ » _____ 2015г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение бакалаврской работы

Студентка Чайковская И.А.

1. Тема «Финансовые результаты и деловая активность предприятия, пути их улучшения (на примере ОАО «АВТОВАЗ»)»

2. Срок сдачи студентом законченной работы «18» декабря 2015 г.

3. Исходные данные к работе теоретические и учебные пособия по улучшению финансовых результатов предприятия, финансовая и бухгалтерская отчетность организации за период с 2012 по 2015 год.

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов) Теоретические основы анализа финансовых результатов и деловой активности организации; Анализ эффективности финансовых результатов и деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»; Мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов и деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»

5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала Рисунок 1.1 - Роль прибыли предприятия в условиях рыночной экономики; Рисунок 1.2 - Формирование конечного финансового результата деятельности предприятия; Таблица 2.1. - Группы связанных сторон ОАО «АВТОВАЗ»; Таблица 2.2 - Техничко-экономические показатели ОАО «АВТОВАЗ»; Таблица 2.3 - Анализ состава и структуры доходов и расходов предприятия в 2012 -2014 гг.; Таблица 2.4 - Горизонтальный анализ прибыли (убытка) ОАО «АВТОВАЗ» в 2012 -2014 гг., тыс. руб.; Рисунок 2.1 - Структурный анализ отчета о финансовых результатах ОАО «АВТОВАЗ» за 2012-2014 гг.; Таблица 2.6 - Анализ относительных показателей финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ» в 2012 -2014 гг.; Рисунок 3.1 - Основные пути увеличения прибыли от продажи продукции; Таблица 3.1 - Затраты на производство продукции ОАО «АВТОВАЗ» в 2012 -2014 гг.; Рисунок 3.2 - Структура продукции ОАО «АВТОВАЗ» в 2013 году; Таблица 3.2 - Реализация продукции «ОАО АВТОВАЗ» заказчикам в 2012-2014 гг.;

6. Дата выдачи задания « » 2015г.

Руководитель бакалаврской работы _____ А.А. Шерстобитова
(личная подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению _____ И.А. Чайковская
(личная подпись) (инициалы, фамилия)

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

Кафедра Финансы и кредит

УТВЕРЖДАЮ

Зав. Кафедрой Финансы и кредит

_____ А.А.Курилова

« ____ » _____ 2015г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

выполнения бакалаврской работы

Студентки Чайковской И.А.

по теме Финансовые результаты и деловая активность предприятия, пути их улучшения (на примере ОАО «АВТОВАЗ»)

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактически срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
Согласование темы работы, утверждение плана с научным руководителем, получения задания	02.06.2015-20.06.2015	20.06.2015	Выполнено	
Глава 1 бакалаврской работы	01.09.2015-26.09.2015	26.09.2015	Выполнено	
Глава 2 бакалаврской работы	28.09.2015-14.10.2015	14.10.2015	Выполнено	
Глава 3 бакалаврской работы	19.10.2015-14.11.2015	14.11.2015	Выполнено	
Подготовка, оформление и сдача научному руководителю работы	16.11.2015-18.12.2015	18.12.2015	Выполнено	
Доклад, раздаточный материал	11.01.2016-13.01.2016	11.01.2016	Выполнено	
Отзыв на бакалаврскую работу	11.01.2016-13.01.2016	11.01.2016	Выполнено	

Руководитель бакалаврской работы _____ А.А. Шерстобитова
(личная подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению _____ И.А. Чайковская
(личная подпись) (инициалы, фамилия)