

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра экономики предприятия

Коломейчук Иван Сергеевич

**ФИНАНСОВАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
И РЕЗЕРВЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по образовательной программе подготовки бакалавров
по направлению 38.03.01 «Экономика»
профиль «Экономика предприятий и организаций (услуги)»

г. Владивосток
2018

Оборотная сторона титульного листа ВКР

Автор работы Лы
(подпись)
« 16 » июня 2018 г.

Консультант (если имеется)
(подпись)
« _____ » _____ (Ф.И.О.)
2018 г.

Руководитель ВКР К.Э.И., профессор
(должность, ученое звание)
Сафонова К.И.
(подпись) (Ф.И.О.)
« 16 » июня 2018 г.

Назначен рецензент _____
(ученое звание)
_____ (фамилия, имя, отчество)

Защищена в ГЭК с оценкой отлично

Секретарь ГЭК (для ВКР)

Иванова С.В.
(подпись) (Ф.И.О.)

« 26 » июля 2018 г.

«Допустить к защите»

Заведующий кафедрой _____
(ученое звание)

Рагушков Ю.И.
(подпись) (Ф.И.О.)
« 20 » июня 2018 г.

ЗАВЕРЯЮ

Е.Б. Гаффорова

Подпись

Директор Школы экономики и менеджмента
Директор/ наименование структурного подразделения

« 20 » 06 2018 г.

В материалах данной выпускной квалификационной работы не содержатся сведения, составляющие государственную тайну, и сведения, подлежащие экспортному контролю.

Е.А. Тюрина

Подпись

Заместитель директора по науке и инновациям
Школы экономики и менеджмента

Уполномоченный по экспортному контролю

« 20 » 06 2018 г.

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра экономики предприятия

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студента (ки) Коломейчука Ивана Сергеевича

специальность (направление) 38.03.01 Экономика, профиль «Экономика предприятий и организаций (услуги)» группа Б1501Аз

Руководитель ВКР кандидат экономических наук, профессор К.И. Сафонова
(ученая степень, ученое звание, И.О. Фамилия)

на тему: Финансовая результативность деятельности предприятия и резервы ее повышения на примере ООО «Дубовая роща»

Дата защиты ВКР « » 2018 г.

1. Актуальность ВКР, ее научное значение и соответствие заданию

Тема выпускной квалификационной работы является безусловно актуальной, поскольку без финансовой результативности основной деятельности, а также без рентабельности использования основного и оборотного капитала предприятие обречено пересечь точку безубыточности и получит убытки, неплатежеспособность и, в конечном счете, банкротство.

2. Достоинства работы: *умение работать с литературой, последовательно и грамотное излагать материал, оригинальность идей, раскрытие темы, достижение поставленных целей и задач*

Студент проработал значительное число отечественных и зарубежных источников литературы, систематизировал понятийный аппарат по проблеме финансовой результативности предприятия, разобрался в методике расчета показателей, провел глубокий анализ и расчет факторов, влияющий на динамику результативность конкретного предприятия ООО "Дубовая роща". Тема раскрыта, цели и задачи работы достигнуты.

3. Недостатки и замечания *(по содержанию и по оформлению)*

Недостатком является короткий статистический ряд для анализа, не позволивший выявить закономерность развития результирующих показателей.

4. Целесообразность внедрения, использования в учебном процессе, публикации и т.п.

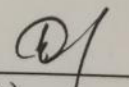
Теоретические группировки понятий финансовой результативности и классификации можно использовать в учебном процессе.

5. Степень самостоятельности, ответственности и работоспособности выпускника

Степень в подготовки самостоятельности высокая. Оригинальность работы 78%

Заключение: заслуживает оценки **отлично** и присвоения квалификации бакалавр

Руководитель ВКР к.э.н., профессор
(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

К.И.Сафонова
(И.О. Фамилия)

« 26 » 2018 г.

Оглавление

Введение.....	3
1 Теоретико-методическая основа формирования финансовой результативности деятельности предприятия	6
1.1 Сущность и составляющие финансовой результативности	6
1.2 Теоретико-методическая полемика о понятии и оценке финансовой результативности предприятия.....	14
1.3 Методика анализа абсолютных и относительных показателей финансовой результативности	18
1.4 Рентабельность как синтетический показатель финансовой результативности деятельности предприятия.....	24
2 Оценка финансовой результативности ООО «Дубовая роща» и разработка рекомендаций по ее улучшению.....	28
2.1 Специфика деятельности ООО «Дубовая роща» , ее отражение в системе показателей финансовой результативности предприятия.	28
2.2 Факторный анализ финансовой результативности предприятия ООО «Дубовая роща».....	32
2.3 Анализ рентабельности продаж ООО «Дубовая роща»	38
2.4 Разработка предложений повышения рентабельности продаж ООО «Дубовая роща».....	42
Заключение	48
Список использованных источников	54
Приложение А	58

Введение

Современное развитие экономики в России требует от предприятий активного роста – иначе высоки шансы уйти с рынка банкротом. Для крупных предприятий финансовые потери за счет изменения ситуации на рынке обычно не настолько страшны, как для малых и оказывают порой более сильное влияние на малое предприятие. В связи с этим возникает вопрос разработки такой оценки результативности финансовой деятельности малого предприятия, которая способствовала бы выявлению резервов повышения уровня конкурентоспособности такого предприятия на современном рынке.

Степень научной разработанности темы. Аспекты финансовой оценки деятельности предприятия отражены в трудах многих ученых. Среди отечественных авторов стоит выделить Савицкую Г.В., Шеремета А.Д., Негашева Е.В., Ковалева В.В., Жилкину А.Н., Канке А.А., Ефимову О.В. Работы зарубежных авторов Л. Мейсела, Д. Нортон и Р. Каплана, Х. Рамперсада, К. МакНейра, Р. Ланча и К. Кросса, К. Адамса и П. Робертса послужили основой разработки инструментария, по оценке результативности финансовой деятельности предприятия.

Основная проблема в исследуемой области знаний заключается в том, что, хотя в современной литературе присутствуют методики финансовой оценки деятельности предприятий, они в основном ориентированы на крупные и средние предприятия. Для малых предприятий данные методики не подходят в силу ограниченности данных об их финансовом положении, и кадровых возможностей в области осуществления такого анализа. Также проблемой современного рынка является теневая экономика, которая не дает возможности достоверно оценить результативность деятельности как крупных, так и малых предприятий.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование вопросов оценки финансовой результативности предприятия и выявление возможных резервов её повышения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть составляющие финансовой результативности предприятия;
- представить обзор теоретических исследований в области финансовой результативности предприятий;
- рассмотреть методику анализа абсолютных и относительных показателей финансовой результативности предприятия;
- представить общую характеристику показателя рентабельности и основные факторы, влияющие на нее;
- охарактеризовать деятельность предприятия ООО «Дубовая роща»;
- представить факторный анализ финансовой результативности ООО «Дубовая роща»;
- проанализировать рентабельность продаж ООО «Дубовая роща»
- разработать предложения по повышению уровня рентабельности продаж предприятия ООО «Дубовая роща».

Объектом исследования являются малые предприятия, в том числе и ООО «Дубовая роща», как социально-экономическая система.

Предметом исследования являются теоретико-методические подходы к оценке результативности финансовой деятельности малого предприятия, а также способы, методы и инструментарий такой оценки.

Теоретической и методической базой исследования послужили научные труды и практические исследования отечественных и зарубежных авторов в области оценки результативности финансовой деятельности малого предприятия, законодательные акты органов власти РФ, формирующие правовое поле деятельности малых предприятий.

Для достижения поставленной цели и решения задач в работе использовались следующие методы исследования: контент-анализ (в теоретико-методологической части исследования), экономико-статистический (при оценке экономического положения предприятия), сравнительного анализа (при

сопоставлении показателей деятельности анализируемого предприятия), графического описания (при построении графиков и диаграмм), финансово-экономического анализа (в экономических расчетах).

Информационную базу исследования составили нормативно-правовая база деятельности малых предприятий, материалы периодической печати, данные предприятия ООО «Дубовая роща», научные труды отечественных и зарубежных ученых исследователей проблемного поля выпускной работы, ресурсы сети Интернет, а также информация, полученная в ходе практической деятельности автора исследования.

Структурно работа представлена введением, двумя главами, заключением, списком использованных источников, приложениями.

1 Теоретико-методическая основа формирования финансовой результативности деятельности предприятия

1.1 Сущность и составляющие финансовой результативности

Для того, чтобы быть успешной организацией в течении долгого времени, чтобы выжить и достичь своих целей, организация должна быть не только эффективной, но и результативной.

Результативность управления – это уровень реализации целей и стратегий, достижения определенных качественных и количественных, а также экономических результатов организации. Результативность деятельности предприятия представляет собой комплексную категорию, которая включает в себя такие показатели:

- действенность;
- экономичность;
- эффективность;
- качество;
- производительность;
- качество трудовой жизни;
- внедрение инноваций;
- качество управления.

Результативность деятельности предприятия в финансовом смысле характеризуется показателями прибыли и рентабельности. Эти показатели как бы подводят итог деятельности предприятия за отчетный период. Они зависят от многих факторов: объем проданной продукции, затратноёмкость, организация производства и др. [26]

В числе ключевых факторов - уровень и структура затрат (издержек производства и обращения), поэтому в рамках внутрифирменного управления финансами в этом блоке может выполняться оценка целесообразности затрат, их динамика, структурные изменения, а основные показатели - уровень

издержек производства и абсолютная и относительная экономия (перерасходы) издержек.

В условиях рыночной экономики деятельность каждого хозяйствующего субъекта становится предметом внимания значительного круга предприятий и лиц, заинтересованных в результатах его функционирования. На основе доступной финансово - учетной информации партнеры предприятия стремятся адекватно оценить его финансовое состояние. [27]

К финансовой результативности предприятия относится в первую очередь понятие прибыли предприятия.

Раскрытие вопросов сущности прибыли, ее формирования, распределения и использования нашли широкое отражение в работах как отечественных, так и зарубежных ученых-экономистов.

Понятие прибыли, по мере развития экономической теории, постоянно совершенствовалось и усложнялось. Причем, трактовки прибыли были весьма неконкретными, однако ученые-экономисты сходились в том, что прибыль представляет собой разницу, отклонение, остаток между фактическими расходами на производство определенного вида продукции и доходами, полученными от ее продажи [12].

А. Смит, развивая теорию трудовой стоимости, подчеркивает, что прибыль – это продукт труда, присваиваемый капиталистом. Поэтому стоимость, которую рабочие прибавляют к стоимости материалов, распадается сама в этом случае на две части, из которых одна идет на оплату их труда, а другая – на оплату прибыли их предпринимателя на весь капитал, который он авансировал в виде материалов и заработной платы [14].

В дальнейшем А. Смит делает вывод, что заработная плата, прибыль и рента являются тремя первоначальными источниками всякого дохода, равно как и всякой меновой стоимости. Такой вывод не согласуется с теорией трудовой стоимости, при которой стоимость товаров определяется исключительно затратами на их производство, и поэтому стоимость продукта может лишь распадаться на составные элементы, а не складываться из них, как

это считает А. Смит. В этом состоит противоречивость его теории трудовой стоимости [17].

Э. Чемберлин отмечает, что условия формирования максимальной прибыли при монополии и чистой конкуренции различны [3]. В условиях монополии осуществляется контроль над предложением и ценой, а в условиях чистой конкуренции такого контроля нет. В этих условиях возникают цены равновесия и цены, уравнивающие спрос и предложение, которые совпадают лишь при чистой конкуренции. Но и та и другая цены обеспечивают производителю максимальную прибыль, т. к. при этом возникает равенство предельного дохода предельным издержкам. Чтобы добиться такого равенства, монополист удерживает цену на уровне, более высоком, чем предельные издержки. Тогда монополист ограничивает производство до такого уровня, который позволит ему продавать товары по более высоким ценам. Значит источником монопольной прибыли является разница между монопольной ценой и ценой, уравнивающей спрос и предложение.

В странах с развитой экономикой прибыль не связывают с затратами только живого труда. Например, П. Самуэльсон [20] определяет ее как в высшей степени разностороннюю категорию. В качестве источников прибыли он называет доход от факторов производства, вознаграждение за предпринимательскую деятельность и введение технических усовершенствований. В прибыль включаются также расхождения между ожидаемым и фактическим доходом в связи с неопределенностью, монопольный доход и т. п.

В начале 1985 г. французский экономист А. Бабо в своей работе «Прибыль» отмечает, что все авторы сходятся на том, что прибыль представляет собой разницу, отклонение, остаток. Так, исследователи рассматривали прибыль как определенную сумму, содержащуюся в выручке от продажи, но при попытке определить данную сумму и возникали разногласия мнений [17].

В современной литературе, понятие прибыли рассматривается практически во всех учебниках по финансовому менеджменту.

Прибыль является составной частью рыночных отношений, она занимает заметное место в формировании рынка средств производства, объектов общенародного пользования, ценных бумаг. Она представляет немаловажную роль в ликвидации бюджетного дефицита, стабилизации хозяйства, преодолении кризисных явлений. [2]

Бюджетно-формирующие функции прибыли являются очень важными, поскольку это один из источников формирования разных уровней бюджетов. Бюджеты получают ее в виде налогов и используют полученные средства для финансирования потребностей общества; государственных производственных, инвестиционных, социальных и научно-технических программ; обеспечения государственных функций. Прибыль в масштабе общества является фактором социального и экономического развития всего государства [21].

Прибыль, как экономическая категория — это превращенная форма прибавочной стоимости. Прибыль с точки зрения экономики предприятия — это положительный финансовый результат, получаемый предприятием после реализации продукции (товаров, работ, услуг) и погашения соответствующих расходов. [4]

Сама по себе прибыль является достаточно содержательным показателем, который характеризует различные аспекты деятельности предприятия.

Каждый руководитель заинтересован в повышении уровня получаемой прибыли своей организацией, однако на ее уровень и изменение влияют различного рода факторы, которые не всегда зависят от самой фирмы.

Следовательно, эффективность функционирования предприятия определяется его способностью приносить прибыль. Поэтому возникает такой интерес к повышению прибыльности организации.

Прибыль, как важнейшая экономическая категория, выполняет ряд следующих функций (Рисунок 1.1).

стимулирующая функция	<ul style="list-style-type: none"> • заключается в стимулировании повышения работоспособности предприятия
оценочная функция	<ul style="list-style-type: none"> • наиболее полно и достоверно отражает уровень производства и дает оценку финансово – хозяйственной деятельности организации
фискальная функция	<ul style="list-style-type: none"> • включает в том, что прибыль является источником отчислений в различные уровни бюджетов

Источник: [5]

Рисунок 1.1 – Основные функции прибыли

Как видно из рисунка 1.1 прибыль имеет три основные функции. Фактически она позволяет стимулировать и оценивать деятельность предприятия, а для государства прибыль несет роль источника бюджетных доходов.

На величину прибыли оказывают влияние различные факторы, среди которых себестоимость продукции, цена, коммерческие и управленческие расходы, процентные доходы и расходы, прочие доходы и расходы, текущие налоги и пр.

Существуют следующие пути воздействия (увеличения, уменьшения) на прибыль предприятия:

- 1) снижение себестоимости продукции;
- 2) увеличение выручки, т.е. объема продаж;
- 3) снижение цены;
- 4) снижение коммерческих и управленческих расходов;
- 5) уменьшение текущего уровня налоговых выплат.

Себестоимость продукции является качественным показателем, характеризующим работоспособность предприятия, а также уровень использования ресурсов (постоянного и переменного капитала) на производство продукции, находящихся в распоряжении организации.

Наиболее существенного снижения себестоимости продукции на предприятии можно достичь путем разработки и реализации комплексной программы снижения себестоимости, которая будет постоянно действующей, и корректироваться при изменении обстоятельств [11].

Увеличение объемов продаж осуществляется путем развития системы сбыта, использования новых каналов сбыта, дифференциации товарной политики и прочих средств. [23]

Снижение коммерческих и управленческих расходов осуществляется путем оптимизации данного типа расходов и использования средств формирования планирования расходов.

Прибыль – это положительная разница между суммарными доходами и затратами на производство и реализацию товаров и услуг. [24]

Роль прибыли усиливается с переходом страны на основы рыночного хозяйства. Предприятие каждой формы имущества, приобретя финансовую независимость и самостоятельность имеет право направлять прибыль на какие-либо цели и после уплаты налогов в бюджет и иных неотъемлемых платежей, и отчислений и любых объемах.

По этой причине одной из важных проблем нынешнего периода считается освоение современных способов успешного управления прибылью предприятия [19].

Грамотное, результативное управление формированием прибыли учитывает создание на предприятии определенных концепций данного управления, знание ключевых элементов развития прибыли, применение нынешних способов ее рассмотрения и планирования. [29]

В данном случае речь идет о построении стратегии управления прибылью, которая основана на внутренних и внешних факторах деятельности предприятия, специальных методах управления (учетная политика предприятия, прогнозирование прибыли, управление финансовой структурой, кадровая политика, управление внутренним капиталом, комплексное управление пассивами и активами, управление рисками и пр.

Предприятие может получать прибыль если затраты превышают выручку, то предприятие получает убыток, то есть отрицательный финансовый результат, что ставит его в сложное финансовое положение, не исключающее и банкротство.

Есть три главных источника получения прибыли.

Первый источник появляется из-за результата монопольного положения предприятия согласно выпуску этой либо другой продукции или же из-за особенностей продукта. Поддержание данного источника на сравнительно высоком уровне подразумевает непрерывное развитие услуги. Тут необходимо учесть такие противодействующие силы, как антимонопольная политика страны и увеличивающаяся конкуренция со стороны иных предприятий.

Второй источник напрямую связан с производственной и предпринимательской деятельностью. Он буквально затрагивает все предприятия. Результативность его использования находится в зависимости от познания конъюнктуры рынка и умения приспособить формирование производства под данную регулярно меняющуюся конъюнктуру [15].

Величина прибыли в этом случае находится в зависимости:

– во-первых, от корректности выбора производственной направленности предприятия согласно выпуску продукции (выбор товаров, пользующихся устойчивым и высоким спросом);

– во-вторых, от формирования конкурентоспособных условий продажи собственных продуктов и оказания услуг (цена, сроки поставки, обслуживание клиентов, послепродажное обслуживание и т.д.);

– в-третьих, с объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли);

– в-четвертых, от структуры уменьшения себестоимости производства;

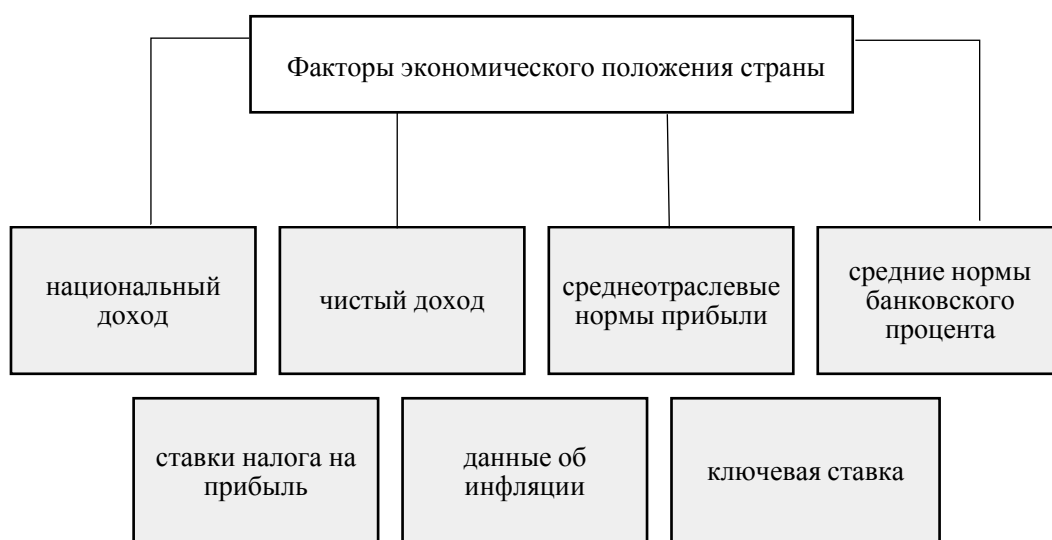
Третий источник вытекает из инновационной деятельности предприятия. Инновационная деятельность представляет собой внедрение в деятельность новых процессов управления, технологических разработок по сфере деятельности, новые или усовершенствованные услуги на базе научно-

технических достижений и пр. Его применение подразумевает непрерывное развитие услуг, их конкурентоспособности, увеличение объемов реализации и повышение массы прибыли.

Таким образом, формирование прибыли на предприятиях может происходить под влияние различных факторов, при этом они учитываются в различных источниках информации компании.

Информационная база анализа финансовых результатов предприятия формируется за счет внешних и внутренних источников информации.

К внешним источникам относятся показатели, характеризующие общее экономическое положение страны (Рисунок 1.2).



Источник: [18]

Рисунок 1.2 – Показатели, характеризующее общеэкономическое развитие страны, влияющие на деятельность предприятия

Таким образом, на общеэкономическом развитии страны сказываются показатели национального и чистого дохода, среднеотраслевые нормы прибыли, ключевая ставка и средняя ставка банковского процента, а также данные о налоговых ставках.

Источником данной информации являются внутренняя финансовая отчетность: материальные отчеты, отчет о движении денежных средств, отчеты по дебиторской и кредиторской задолженностям, и пр.

Пользователями финансовой отчетности могут выступать инвесторы, сотрудники компании, кредиторы, поставщики, покупатели, государственные органы и другие члены общества. У всех пользователей имеются различные информационные потребности [33].

Таким образом, прибыль является важнейшим экономическим показателем деятельности предприятия. В литературе рассматриваются как первоначальные представления о прибыли предприятия, так и современные определения, и понятия в данной области. Отечественная и международная теория и практика финансового менеджмента не имеют единого подхода к определению прибыли. Исследование показывает, что понятие прибыли во все времена трактуется по-разному, постоянно претерпевая видоизменения и развитие, усложняясь.

Так, в современной теории и практике финансового менеджмента выделяют экономический и бухгалтерский в различных модификациях подходы к определению прибыли. Экономическая интерпретация прибыли предполагает ее определение в терминах благосостояния хозяйствующего субъекта за определенный период, т. е. отмечается тесная связь между категориями «прибыль» и «капитал». В результате при оценке прибыли важно также оценка левериджа предприятия, который определяется как соотношение заёмного капитала и собственного капитала компании и влияние этого отношения на чистую прибыль. Компания с высокой долей заёмного капитала называется финансово зависимой компанией. Компания, финансирующая свою деятельность за счёт только собственного капитала, называется финансово независимой компанией.

1.2 Теоретико-методическая полемика о понятии и оценке финансовой результативности предприятия

Малые предприятия определяются рядом характеристик, которые отличают их от крупных и не позволяют производить оценку финансового

состояния по различным методикам. К данным характеристикам в 2016 году согласно законодательству относятся:

- доходы малого бизнеса значительно ниже крупного. Максимальная выручка, которая относит предприятия к малому бизнесу составляет 800 млн. руб.;

- среднесписочная численность персонала не должна превышать 100 сотрудников;

- доля капитала иностранных организаций в уставном капитале составляет не более 49% [2].

В связи с тем, что деятельность малых предприятий в первую очередь определена меньшим объемом сделок, то в первую очередь определяем, какими инструментами пользуются при оценке результативности финансовой деятельности крупных компаний.

На основе обзора определений результативности деятельности предприятия и выявленных особенностей малого предприятия уточним определение результативности его финансовой деятельности: результативность финансовой деятельности малого предприятия представляет собой уровень достижения целей финансовой деятельности малого предприятия, выраженных количественными и качественными показателями.

Важным моментом при оценке результативности финансовой деятельности на малых предприятиях является возможность получения финансовых показателей. Так, к примеру, малое предприятие не всегда имеет такие показатели, как долгосрочный заемный капитал, или может не иметь основные производственные фонды. Следовательно, при отсутствии таких показателей нет возможности и рассчитать ряд финансовых показателей. Также следует отметить, для малых предприятий обычно нет смысла производить расчет финансовых показателей, реже чем раз в год, так как изменения, происходящие в компаниях, могут происходить один раз за весь период (например, покупка основных средств), и оценка поквартально некоторых показателей будет необъективно отражаться на финансовой результативности.

Показатели рентабельности – это выражаемые в процентах относительные показатели, в которых прибыль сопоставляется с некоторой базой, характеризующей предприятия с одной из двух сторон – ресурсы или совокупный доход в виде выручки, полученной от контрагентов в ходе текущей деятельности. [22, с. 116-117]

В зарубежной и российской экономической литературе предлагается несколько различных методик и математических моделей, связанных с диагностикой вероятности банкротства. В данной работе вероятность банкротства предприятия будем оценивать достаточностью имеющихся денежных средств и их эквивалентов, запасов для погашения краткосрочных пассивов для обеспечения финансовой независимости организаций, опираясь на определение, данное в [2, с. 68].

Следовательно, финансовое состояние – совокупность состояния пяти объектов исследования: ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности, вероятности банкротства. Однако для малого бизнеса полный расчет всех показателей представленных групп не целесообразен, а, следовательно, имеет смысл рассчитывать только несколько финансовых показателей результативности деятельности предприятия.

Как известно, финансовый анализ является востребованным на практике и развивается в виде двух взаимосвязанных направлений:

- как самостоятельное научное направление – внешний финансовый анализ;
- как крупный раздел финансового менеджмента – внутренний финансовый анализ.

Тенденциями в развитии финансового анализа являются: развитие прикладных аспектов управления финансами; более тесное взаимодействие бухгалтерского учета и прикладных финансовых дисциплин (оценки финансового состояния); решение проблемы различий между национальными и международными стандартами бухгалтерского учета. [16]

Основными показателями результативности финансового состояния

являются показатели рентабельности:

Рентабельность активов высчитывается по формуле отношения прибыли организации, полученной за определенный период, к оцененной за этот же период стоимости самих активов:

$$R_A = \frac{\text{прибыль за определенный период}}{\text{средняя величина активов за этот же период}} \times 100\%,$$

Формула рентабельности производства представляет собой отношение прибыли от реализованных товаров к совокупной стоимости основных и оборотных фондов организации:

$$R_{\Pi} = \frac{\text{прибыль за определенный период}}{(\text{стоимость основных фондов} + \text{размер оборотных средств})} \times 100\%.$$

Расчет прибыльности продукции представляет собой отношение дохода от продажи к себестоимости (затратам на производство и реализацию) произведенных товаров:

$$R_{OM} = \frac{\text{прибыль от продажи товаров}}{\text{себестоимость произведенных товаров}} \times 100\%,$$

себестоимость – общая сумма затрат на производство и реализацию товаров за указанный период.

Коэффициент рентабельности продаж показывает долю прибыли в общем объеме реализованного товара.

$$R_{OS} = \frac{\text{операционная прибыль}}{\text{объем продаж}} \times 100\%,$$

где

– операционная (чистая) прибыль – доход, оставшийся после налогообложения;

– объем продаж – выручка, полученная предприятием за реализацию продукции, в денежном эквиваленте. [28]

Таким образом, проанализировав основные понятия в сфере оценки результативности финансовой деятельности организации, мы сделали следующие выводы:

1) существующее разнообразие определений понятия «оценка результативности финансовой деятельности организации» ориентировано на оценку средних и крупных предприятий;

2) уточнены понятия «результативность финансовой деятельности» и «финансовое состояние» применительно к малому предприятию;

3) для малых предприятий целесообразно уточнить понятия и инструментарий оценки результативности финансовой деятельности организации с учетом возможностей оперативного получения для этого необходимой оперативной информации о финансовом состоянии, а также потребной для этих целей квалификации персонала.

4) такая оценка для малого предприятия должна позволять получить объективный результат с учетом ограниченности информации и периодичности изменений в малых компаниях.

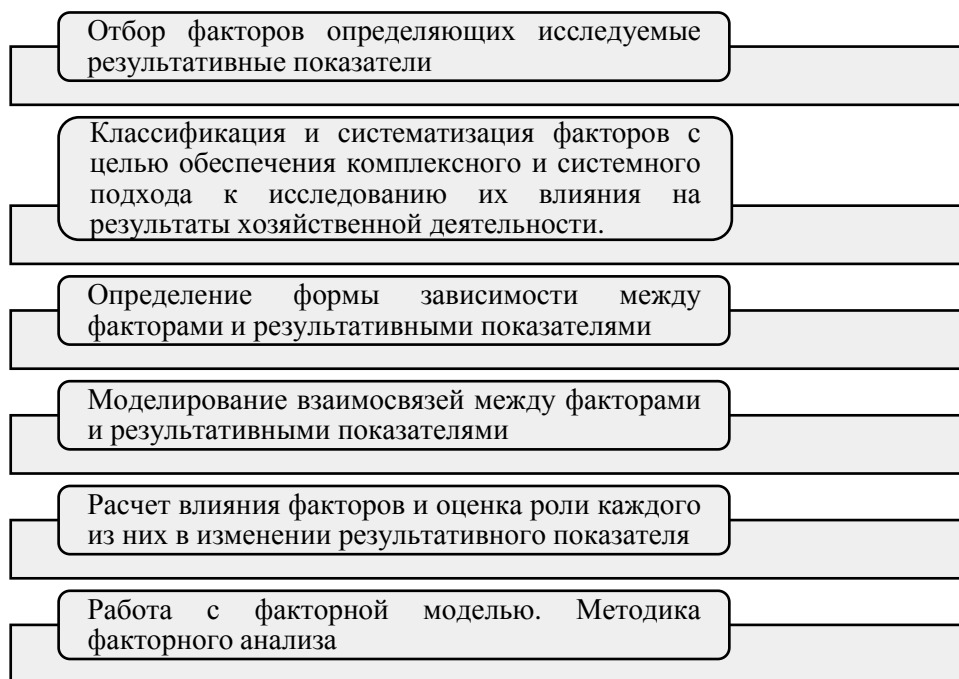
1.3 Методика анализ абсолютных и относительных показателей финансовой результативности

Особенности изучения финансовой результативности начинают с анализа ее уровня и динамики. Эти показатели являются по сути абсолютными и относительными в оценке результативности предприятия. Для этого используется горизонтальный и вертикальный анализ показателей прибыли.

Далее оценку системы управления прибылью на предприятиях обычно осуществляют путем исследования факторов на нее влияющих. Для выявления, каким образом, на прибыль влияет к примеру себестоимость необходимо проведение факторного анализа. Среди других методов выделяют анализ методам абсолютных и относительных разниц, методом относительных величин, декомпозиционный анализ и пр.

В рыночной экономике анализ финансовых результатов составляет важнейшую часть информационного обеспечения для принятия управленческих решений руководством предприятий.

На рисунке 1.3 представлены основные этапы факторного анализа [6].



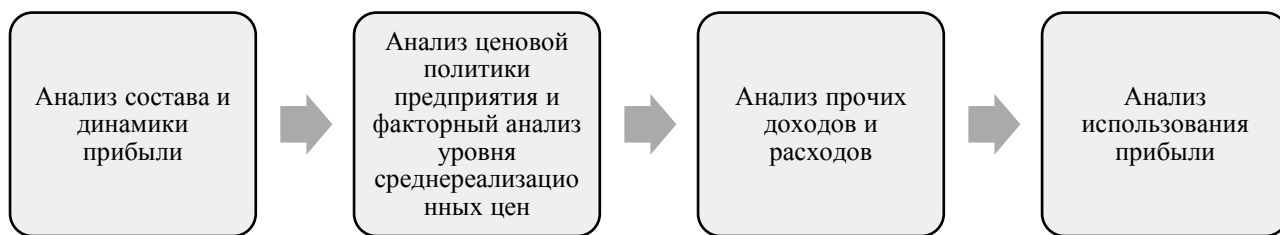
Источник: [6]

Рисунок 1.3 – Этапы факторного анализа результативных показателей

Таким образом, из рисунка 1.3 видно, что основными задачами экономического факторного анализа являются построение экономико-математических моделей, описывающих влияние факторов на результирующий показатель, и оценка оказываемого этими факторами влияния. На результирующий показатель может влиять один фактор, и в этом случае говорят об однофакторном анализе, или несколько – в этом случае используется многофакторный анализ.

Анализ финансового состояния организаций по данным отчетности может осуществляться с различной степенью детализации. На данный момент существует множество методик, показателей исследования финансового состояния организаций. Однако использование множества показателей не означает повышение качества анализа, а лишь затрудняет интерпретацию, оценку финансового состояния. Рассмотрим основные методики анализа финансовой результативности с позиций разных авторов.

Так, Г.В. Савицкая предлагает осуществлять анализ прибыли предприятия последовательно проводя следующие этапы анализа (Рисунок 1.4).



Источник: [25]

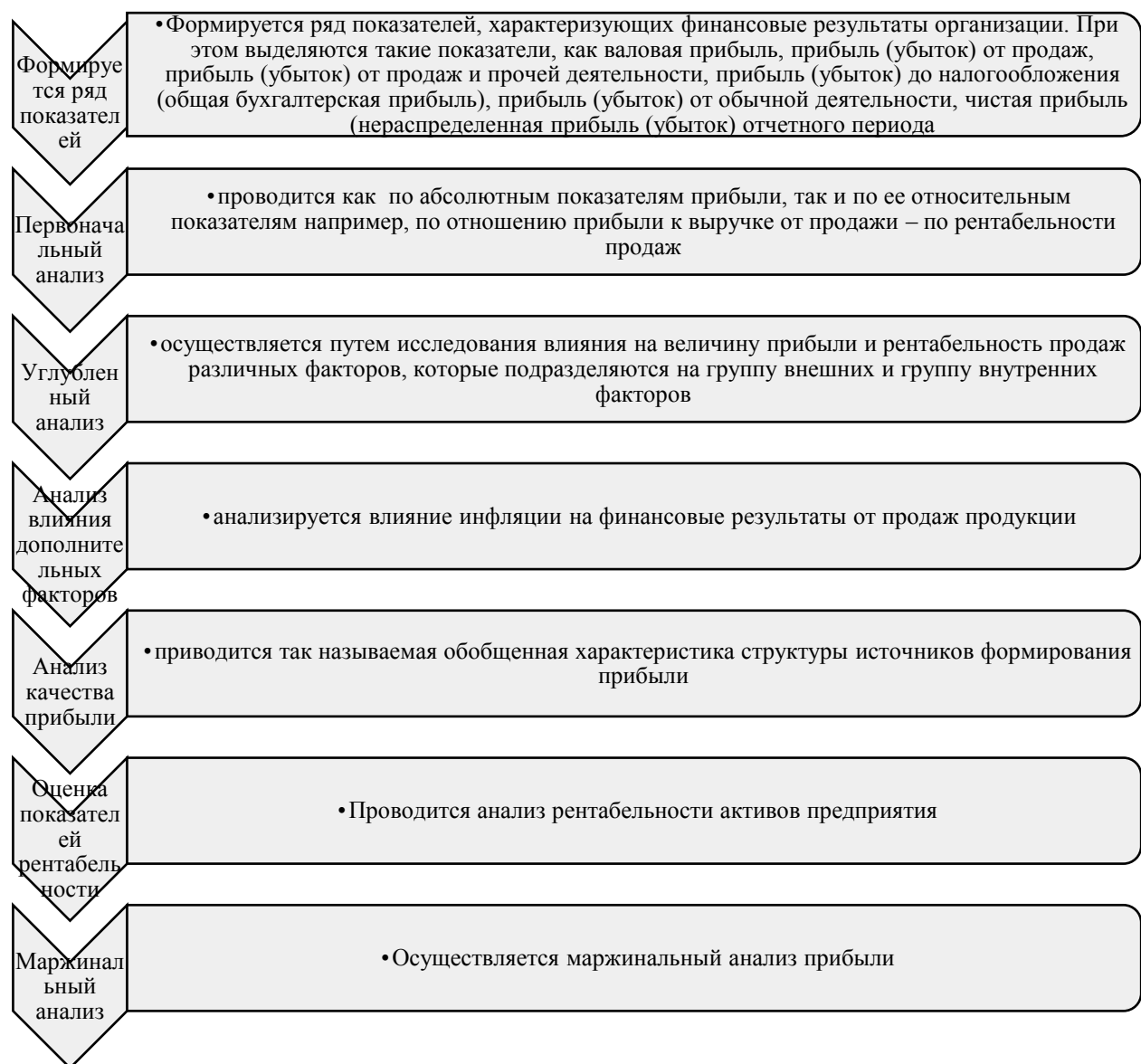
Рисунок 1.4 – Основные этапы анализа финансовых результатов компании по Савицкой Г.В.

В процессе анализа она рекомендует анализировать такие показатели как:

- маржинальная прибыль – разница между выручкой от реализации и переменными затратами предприятия;
- прибыль от реализации – разница между стоимостью реализованной продукции, услуг, работ и полной себестоимостью;
- общий финансовый результат – отражается в отчетности в развернутом виде и является алгебраической суммой прибыли (убытка) от продаж, продажи иного имущества и результатов от прочей финансовой деятельности, а также прочих внереализационных операций;
- основные факторы, влияющие на компанию;
- среднестатистические цены и пр.

Каждый этап осуществляется по определенному алгоритму, с исследованием специально определенных параметров. Осуществляя оценку финансовых результатов предприятия в правильной последовательности является основой качественных результатов оценки, а, следовательно, и формирования объективных возможностей развития предприятия.

В свою очередь А. Д. Шеремет предлагает проводить анализ прибыли и рентабельности продукции в следующей последовательности (Рисунок 1.5).



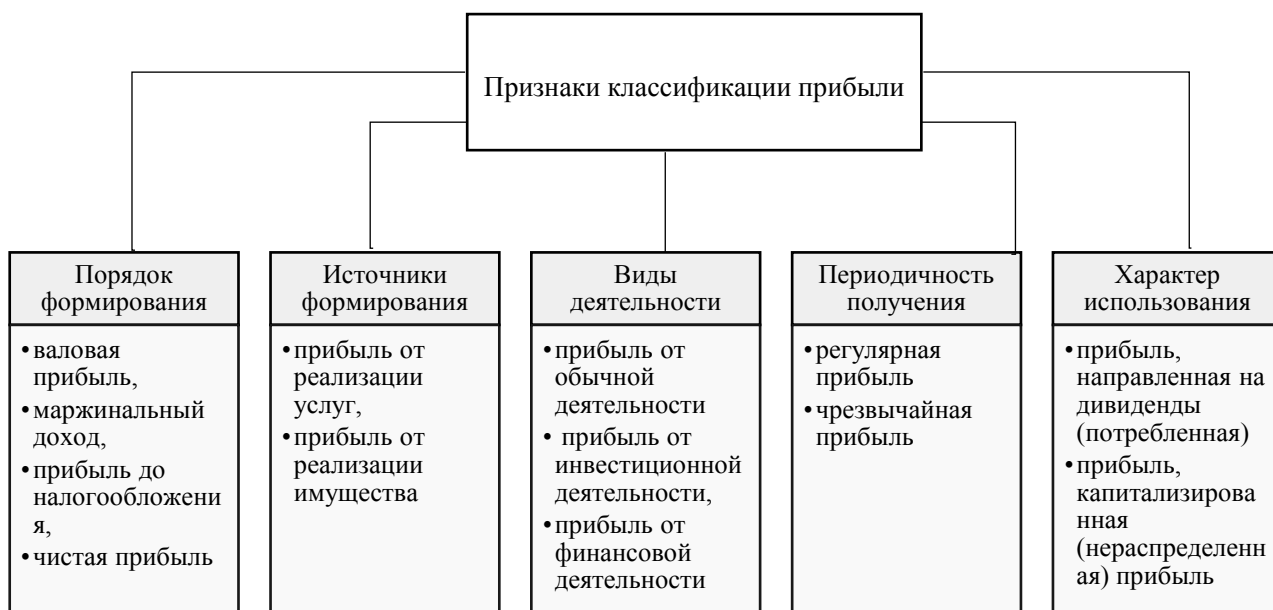
Источник: [7]

Рисунок 1.5 – Последовательность анализа прибыли и рентабельности по Шеремету А.Д.

Достоинством методики оценки финансовой результативности предприятия Шеремета А.Д. и Негашева Е.В. является применение в анализе всех форм отчетности предприятия. Недостатком методики, несмотря на ее комплексность, является отсутствие анализа банкротства и прогноза финансовой деятельности.

Н. Н. Селезнева и А. Ф. Ионова рекомендуют проводить анализ финансовых результатов и рентабельности организации в следующей последовательности [23]:

1. Формируется классификация прибыли, которая предполагает рассмотрение показателей эффекта хозяйственной деятельности. Пример классификации прибыли приведен на рисунке 1.6.



Источник: [23]

Рисунок 1.6 – Классификация прибыли по Н.Н. Селезневой и А.Ф. Ионовой

Дальнейший порядок по Н.Н. Селезневой и А.Ф. Ионовой следующий:

- необходимо сформировать показатели прибыли, а также рассчитать взаимосвязь между ними;
- необходимо расписать основные экономические факторы, которые влияют на прибыль;
- изучить показатели инфляции и определить степень их влияния;
- дать анализ качества прибыли, с обозначением факторов, которые ее ухудшают;
- изучить динамику и состав денежных потоков предприятия, с определением степени их достаточности;
- осуществить анализ финансовой документации компании (бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах);
- провести по схеме факторный анализ прибыли;

- дать характеристику влияния выявленных факторов на прибыль;
- изучить основные направления использования прибыли;
- предоставить заключающий обзор о показателях прибыли компании.

В практике анализа прибыли применяется ряд способов факторного анализа, каждый из которых обладает рядом как положительных, так и отрицательных сторон (Таблица 1) [13].

Таблица 1 - Преимущества и недостатки способов факторного анализа показателей финансовой результативности

Способ факторного анализа	Преимущества	Недостатки
Абсолютных разниц	Вытекает из метода цепных подстановок, и требует замены одного из факторов только в текущем периоде, остальные показатели остаются базовыми	Зависимость от порядка установления факторов в результирующую модель
Индексный	Существует большое количество типов индексов, достаточно прост в использовании	Не дает зависимостей при числе факторов больше двух, корректность расчетов во многом зависит от количества знаков, установленных после запятой
Логарифмический	Нет необходимости устанавливать последовательность установки факторов в модели	Ограниченность использования
Интегральный	Дает однозначную оценку влияния факторов, дает точный результат	Не отражает зависимости факторов между собой на изменение результата, т.е. в каждом расчете оценивается влияние только одного фактора
Цепных подстановок	Один из самых простым методов, может быть использован в различных ситуациях	Зависит от порядка подстановки факторов в результирующую модель
Балансовый	Определяет результирующий показатель	Является вспомогательным
Относительный разниц	Одна из разновидностей метода абсолютных разниц. Может применяться как к мультипликативным, так и комбинированным моделям	Результат изменяется в зависимости от порядка установления факторов в модели

Источник: [13]

Таким образом, рассмотрев методики проведения анализа абсолютных и относительных показателей финансовой результативности можно сделать вывод, что выбор той или иной методики проведения анализа для отдельно взятого предприятия зависит от особенностей его функционирования и целей, которых необходимо достичь в процессе анализа.

1.4 Рентабельность как синтетический показатель финансовой результативности деятельности предприятия

Рентабельность является основной целью деятельности организации. Рентабельность предприятия зависит от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности. В связи с этим задачей предприятия является не только получение максимального размера прибыли в текущем периоде, а ее эффективное распределение и использование для обеспечения дальнейшего роста компании. Среди факторов, влияющих на изменение рентабельности можно выделить объем производства продукции, качество товара, конкурентоспособность организации, ее деловую репутацию.

В условиях рыночной экономики исследование финансовых результатов с целью альтернативного использования ресурсов, а также поиска факторов, которые влияют на их размер, имеет приоритетное значение, поскольку от глубины познания и правильности использования полученного результата зависит эффективность функционирования бизнеса. Анализ финансовых результатов служит ключевым элементом финансово-экономического управления предприятием: он позволяет выявить потенциальные возможности предприятия, направления увеличения прибыли и экономии ресурсов. [8]

Для достижения высокого уровня этих показателей необходимо глубокое экономическое исследование формирования финансовых результатов деятельности. Финансовый результат деятельности включает в себя результат всех операций, сгруппированных по определенным категориям расходов и доходов за отчетный период. Объектом проверки финансовых результатов является бухгалтерская прибыль (убыток), представляющая собой конечный финансовый результат [1].

Традиционные методы оценки эффективности производства, как известно, ориентированы, в первую очередь, на валовые показатели. При этом проблема формирования финансовых результатов остается второстепенной, а значит, в современных условиях требует решения [31]. На современном этапе

экономическое исследование финансовых результатов должно предоставить информацию о количественном и качественном влиянии на них не только экономико- организационных и технологических факторов. Нужно исследовать и внешние факторы, такие как: конъюнктура рынка, ценовая и налоговая политики, взаимоотношений с производителями сырья.

Рентабельность – это качественный, стоимостный показатель, характеризующий уровень отдачи вложенных затрат или уровень использования ресурсов, связанный с достижением определенного хозяйственного результата. [30]

Предприятие признается рентабельным, когда сумма выручки от всех видов деятельности за отчетный период покрывает не только расходы, но и ее достаточно для образования прибыли. Таким образом, рентабельность характеризует результативность (эффективность) работы предприятия, дает представление о способности предприятия увеличивать свой вложенный капитал [13]. Система показателей рентабельности представлена на рисунке 1.7.



Источник: [10]

Рисунок 1.7 - Система показателей рентабельности предприятия

Для глубокого и более точного анализа эффективности деятельности предприятия необходимо рассчитать все представленные показатели. Такой анализ будет способствовать привлечению новых партнеров, инвесторов и

поставщиков. Которые будут полностью доверять предприятию, и стремиться стать его партнером.

Рентабельность предприятия формируется под воздействием группы взаимосвязанных факторов, оказывающие разнородное влияние на результаты хозяйственной деятельности предприятия (как позитивно, так и негативно). Поэтому их классифицируют по различным критериям (по порядку формирования, источникам формирования, видам деятельности). Внешние и внутренние факторы, влияющие на величину финансовых результатов отчетного периода, представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Факторы, влияющие на величину финансовых результатов отчётного периода

Внешние факторы	Внутренние факторы
1. Факторы рыночной конъюнктуры (уровень конкурентоспособности продукции, изменение цен и тарифов, уровень инфляции и др.). 2. Административно-правовые (политика государства в области налогообложения, наличие субсидий государства и др.) [31].	1. Материально-технические (уровень интенсивного и экстенсивного использования производственных ресурсов). 2. Организационно-управленческие (совершенствование организации труда и производства). 3. Экономические (экономическое стимулирование, резервы роста прибыли и др.). 4. Социальные (улучшение условий труда) [31].

Источник: [9]

Влияние как внешних, так и внутренних факторов очень велико для любого предприятия, причём они тесно взаимосвязаны друг с другом. Добиться стабильно высоких финансовых результатов сложно, это трудоёмкий процесс, который требует большой работы над всеми возможными факторами влияния. Необходимо просчитать и предвидеть все возможные варианты развития предприятия, как положительные, так и отрицательные, такие как банкротство.

Рассмотрев прибыльность и рентабельность, можно сделать вывод, что прибыль как итоговый финансовый результат деятельности предприятий представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных

хозяйственных операций отчетного периода. Однако прибыль не так полно характеризует итоговые результаты хозяйствования.

Для этого необходимо использовать показатели рентабельности. Они в свою очередь позволяют дать более чёткое представление об эффективности деятельности предприятия, т.к. их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами. Можно смело говорить о том, что рентабельность является обобщающим показателем эффективной деятельности предприятия, которая характеризует изменение прибыли компании.

2 Анализ финансовой результативности ООО «Дубовая роща» и разработка рекомендаций по ее улучшению

2.1 Специфика деятельности ООО «Дубовая роща», ее отражение в системе показателей финансовой результативности предприятия

Торговое предприятие ООО «Дубовая роща» было создано 28.02.2007 года, целью создания которой является реализация населению продуктов питания и сопутствующих товаров в универсаме «Зодчий» в г. Уссурийске.

ООО «Дубовая роща» занимает два здания в г. Уссурийске по адресу ул. Раковская 59 «А» и ул. Гончарука 4 согласно договору аренды. В собственности у данного предприятия зданий, сооружений, передаточных устройств, транспортных средств, машин и оборудования нет. Компьютеры и другая вычислительная техника на балансе предприятия не стоит.

ООО «Дубовая роща» осуществляет свою деятельность на основании следующих учредительных документов:

1. Устав
2. Учредительный договор
3. Документы
4. Свидетельство ИНН и ОГРН
5. Свидетельство о внесении в записи в ЕГРЮЛ
6. Выписка из единого государственного реестра юридических лиц

ЕГРЮЛ

Согласно уставу, компания может оказывать розничную продажу продовольственными и непродовольственными товарами.

В ООО «Дубовая роща» действует линейно-функциональная структура.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 2.1.



Источник: [данные предприятия]

Рисунок 2.1 – Организационная структура предприятия ООО «Дубовая роща»

Всего в компании работает 16 сотрудников.

Динамика персонала в компании за последние три года приведена в таблице 3

Таблица 3 - Состав и динамика численности персонала предприятия ООО «Дубовая роща» за 2014-2016 годы

Категории работников	Годы						Темп роста, %	
	2014 год		2015 год		2016 год			
	кол-во, чел	уд. вес, %	кол-во, чел	уд. вес, %	кол-во, чел	уд. вес, %		
1. Руководители, в т.ч.:	3	25	3	21,4	3	18,75	100	100
1.1. Директор	1	33,3	1	33,3	1	33,3	100	100
1.2. Заместитель директора	1	33,3	1	33,3	1	33,3	100	100
1.3. Главный бухгалтер	1	33,3	1	33,3	1	33,3	100	100
2. Специалисты, в т.ч.:	2	16,6	3	21,4	3	18,75	150	100
2.1. Бухгалтер	0	0	1	33,3	1	33,3	0	100
2.2. Товаровед	1	50	1	33,3	1	33,3	100	100
2.3. Заведующий магазином	1	50	1	33,3	1	33,3	100	100
3. Служащие, в т.ч.:	7	58,3	8	57,1	10	62,5	114,2	125
3.1. Продавец	7	100	7	87,5	9	90	100	128,6
3.2. Фактуровщик	0	0	1	12,5	1	10	0	100
Итого работников	12	100	14	100	16	100	116,6	114,28

Источник: [данные предприятия]

Можно сделать вывод, что численность работников возросла за 3 года на 4 человека.

Темпы роста по структуре выросли: специалисты по сравнению с 2014г. на 50%, служащие на 14,2%.

В 2016г. основную часть занимают по-прежнему служащие 62,5%, а именно продавцы (9 чел.- 90%), фактуровщик (1 чел. – 10%). Специалисты 18,75%, а именно товаровед (1 чел. – 33,3%), заведующий магазином (1 чел. - 33,3%), бухгалтер (1 чел. – 33,3%). Руководители 18,75 %, а именно директор (1 чел. – 33,3%), заместитель директора (1 чел. – 33,3%), главный бухгалтер (1 чел. – 33,3%).

Темпы роста по структуре выросли: служащие по сравнению с 2015г на 25%, остальные показатели не изменились.

Основным направлением деятельности предприятия является торговля продуктами питания и непродовольственными товарами в рознице. Структура реализации предприятия в динамике приведена в Приложении А.

Ассортимент товаров в универсаме «Зодчий» достаточно широк, тем самым магазин обеспечивает населения города товарами первой необходимости, а также дополнительными товарами продуктов питания (приложение А). Месторасположение магазина имеет большую проходимость, люди всегда нуждаются в качественных продуктах питания, исходя из этого универсам «Зодчий» зарекомендовал себя с положительной стороны, оказывая данную услугу. У магазина имеется своя постоянная клиентура. За счет широкого ассортимента товаров и высокой проходимости магазина обеспечивается оборот компании, уменьшается временной цикл товарооборота по запасам продукции, а значит увеличиваются такие показатели как выручка, и, следовательно, прибыль от полученных продаж.

Численность персонала увеличилась, а рост выручки привел к росту выработки на одного работающего, т.е. персонал работает достаточно эффективно. При этом выработка растет быстрее, чем фонд оплаты труда, а, следовательно, в компании грамотная система мотивации персонала.

За длительный период времени работы предприятия (11 лет) компания сумела сформировать свою направленность и специализацию.

Основным направлением деятельности предприятия является торговля продуктами питания и непродовольственными товарами в рознице.

Область обслуживания клиентов предприятием ООО «Дубовая роща» относится к рознице, что увеличивает объемы денежных средств у предприятия и приводит к практически полному отсутствию дебиторской задолженности положительно сказывается финансовых результатах предприятия.

При этом розничная торговля зачастую предполагает высокий уровень кредиторской задолженности в расчете с поставщиками, потому что обычно товар в розничные магазины отгружают под реализацию.

Так как у предприятия отсутствуют внеоборотные активы рассмотрим динамику и структуру оборотных активов (Таблица 2.2).

Таблица 2.2 – Анализ активов предприятия ООО «Дубовая роща», 2014-2016 гг.

Статьи баланса	2014	2015	2016	Отклонение			
				абсолютное		относительно, %	
				2015/2014	2016/2015	2015/2014	2016/2015
Актив							
Оборотные активы							
в том числе:							
Запасы	44331	35542	39042	-8789	3500	80,2	109,8
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	-	23	102	-	79	100,0	443,5
Дебиторская задолженность	-	-	-	-	-	-	-
Денежные средства и эквиваленты	1826	8848	17190	7022	8342	484,6	194,3
Прочие оборотные активы	13	183	211	170	28	1407,7	115,3
Итого по разделу	46170	44596	56545	-1574	11949	96,59	126,8

Источник: [данные предприятия]

Оценка показывает, что у предприятия ООО «Дубовая роща» за три года выросли активы, при этом основной рост пришелся на 2016 год. В 2015 г. Активы компании уменьшаются на 1574 тыс.руб., в 2016 г. Наблюдается рост на 11949 тыс.руб. В первую очередь выросли денежные средства предприятия и запасы. В структуре активов предприятия преобладают запасы.

Представим более глубокую оценку финансовой результативности предприятия ООО «Дубовая роща».

2.2 Факторный анализ финансовой результативности предприятия ООО «Дубовая роща»

Для оценки показателей финансовой результативности в первую очередь проведем анализ источников формирования прибыли предприятия (таблица 4).

Таблица 4 - Динамика и источники формирования прибыли предприятия ООО «Дубовая роща», за 2014-2016 годы

Показатели	Годы						Темп роста, %	
	2014 год		2015 год		2016 год			
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %		
Выручка	55703	100	78401	100	97817	100	140,75	124,76
Расходы на производство и реализацию продукции	54619	98,05	76917	98,11	96811	98,97	140,82	125,86
Коммерческие расходы	541	0,97	742	0,95	3	0,03	137,15	0,40
Прибыль (убыток) от продаж	543	0,97	742	0,94	1003	1,025	136,65	135,17
Прочие доходы	-	-	-	-	-	-	-	-
Прочие расходы	534	0,95	724	0,92	938	0,96	135,58	129,56
Прибыль (убыток) до налогообложения	7	0,012	18	0,022	65	0,066	257,14	361,11
Налог на прибыль	-	-	-	-	-	-	-	-
Чистая прибыль (убыток)	7	0,012	18	0,022	65	0,066	257,14	361,11

Источник: [данные предприятия]

В структуре совокупных доходов, полученных от осуществления всех видов деятельности, наибольший удельный вес приходился на доходы от основной деятельности (выручка от реализации продукции). С каждым годом ее фактическая сумма возрастает. В 2015г. выручка увеличена на 40,75% или на 22698 тыс. руб., к 2016г. еще на 24,76% или на 19416 тыс. руб. Такое существенное увеличение происходит за счет роста цен на товары. Прибыль от

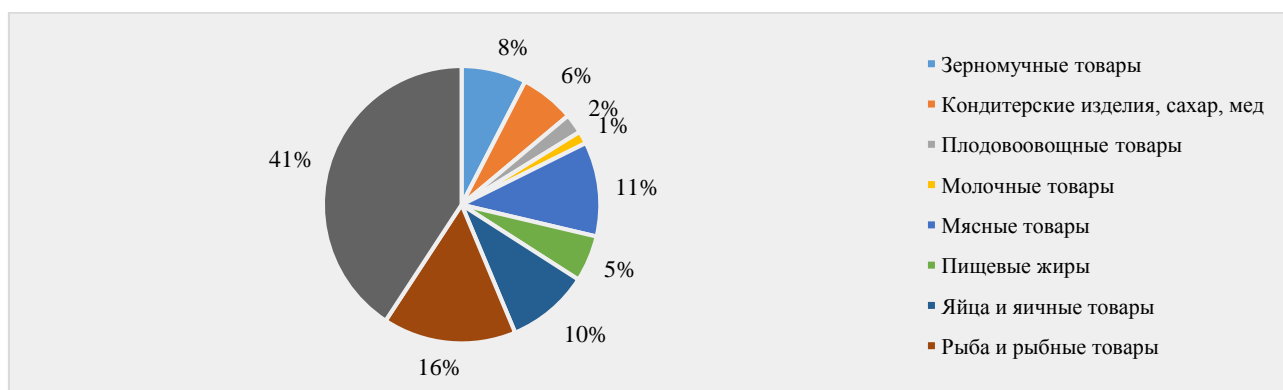
продаж также увеличивается, в 2015г. на 36,65% или на 182 тыс. руб., в 2016г. еще на 35,17% или на 261 тыс. руб.

Но из таблицы видно, что затраты предприятия тоже возрастают. Большая часть выручки расходуется на производство и реализацию продукции, к 2015 г. данный показатель увеличился на 40,82% и составил 76917 тыс. руб., в 2016 г. увеличился еще на 25,86%, что составляет 96811 тыс. руб. Прочие расходы к 2015г. увеличились на 35,58% и составили 724 тыс. руб., в 2016 г. на 29,56%, что составляет 938 тыс. руб.

Прочие расходы растут, за счет повышения процентов по заемным средствам, а также другим факторам. К 2015 г. происходит рост на 35,58%, в 2016 г. на 29,56%, что составляет 938 тыс. руб. Но несмотря на это прибыль организации существенно увеличивается к 2015 г. на 157,14%, в 2016 г. еще на 261,11%. Это произошло за счет оптимизации товарного запаса, а также за счет увеличения оборачиваемости, которая влечет за собой уменьшение просрочки и улучшение закупочных цен.

Чистая прибыль в компании повысилась и значительно, в основном это происходит за счет увеличения прибыли от реализации продукции, повышения цены продукции. Рентабельность продаж также выросла.

На рисунке 2.2 представим структуру реализации товаров в компании ООО «Дубовая роща» за 2016 г.



Источник: [данные предприятия]

Рисунок 2.2 – Структура реализации товаров в компании ООО «Дубовая роща» за 2016 г.

Как можно увидеть в структуре реализации товаров в компании ООО «Дубовая роща» преобладают товары группы «Вкусовые товары» (41%). К данной категории относятся такие товары как алкогольная продукция, приправы, кофе и чай, слабоалкогольные и безалкогольные товары. На втором месте в компании стоят товары группы «Рыба и рыбные товары (16%).

Представим в таблице 5 общие технико-экономические показатели деятельности предприятия ООО «Дубовая роща».

Таблица 5 – Общие технико-экономические показатели деятельности предприятия ООО «Дубовая роща» за 2014-2016 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Абсолютное изменение, тыс. руб.		Относительное изменение, %	
				2015-2014	2016-2015	2015/2014	2016/2015
Выручка, тыс. руб.	55703	78401	97817	22698	19416	140,7%	124,8%
Себестоимость, тыс. руб.	54619	76917	96811	22298	19894	140,8%	125,9%
Прибыль от реализации, тыс. руб.	543	742	1003	199	261	136,6%	135,2%
Среднесписочная численность персонала, чел.	11	12	14	1	2	109,1%	116,7%
Среднегодовая выработка одного работающего, тыс. руб./чел.	5064	6533	6987	1469	454	129,0%	106,9%
Фонд оплаты труда тыс. руб.	2543	2701	2846	158	145	106,2%	105,4%
Стоимость основных фондов, тыс. руб.	0	0	0	0	0	0	0
Фондоотдача, руб./руб.	0	0	0	0	0	0	0
Чистая прибыль, тыс. руб.	7	18	65	11	47	257,1%	361,1%
Рентабельность продаж, %	0,97	0,95	1,03	-0,02	0,08	97,9%	108,4%

Источник: [данные предприятия]

Таким образом, общая оценка показала, что в компании наблюдается рост выручки, при этом основная выручка выросла в 2015 году (рост составил 140,7%), однако и в 2016 году рост был достаточно высоким – 124,8%.

Негативным фактором является превышение темпов роста себестоимости над темпами роста выручки. В 2015 году себестоимость повышается на 140,8% или на 22298 руб., в 2016г. увеличивается еще на 126% или на 19894 руб., что в

дальнейшем может привести к снижению эффективности деятельности компании.

В этой связи рассматривается такой аспект деятельности предприятия как рентабельность. Это и качественный и количественный показатель эффективности деятельности всякого предприятия.

Далее произведем факторный анализ финансовых результатов предприятия.

В таблице 6 представлены исходные данные для проведения факторного анализа.

Таблица 6 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж в ООО «Дубовая роща» за 2016 год

Показатель	2015 г.	Реализация услуг 2016 г. по ценам и затратам 2015 г.	2016 г.
Выручка, тыс. руб.	78401	94324	97817
Себестоимость, тыс. руб.	76917	93556,76	96811
Коммерческие расходы	742	2,7	3
Прибыль от продаж, тыс. руб.	742	892	1003
Темп роста выручки от продаж, рассчитанный в ценах предыдущего года, %	78401	94324	120,31

Источник: [составлено по данным предприятия]

Представленные данные в таблице 6 взяты из «Отчета о финансовой выручке», а также внутренних данных компании о том, что цены компании выросли на 20,31%, а затраты компании в ценах 2015 года были выше на 21,63%.

Произведем в таблице 7 общий расчет влияния различных факторов на прибыль от продаж на основе данных представленных в таблице 6.

Таблица 7 - Факторный анализ прибыли от продаж в ООО «Дубовая роща», 2016 г.

в тыс. р.

Факторы	Расчет	Оценка влияния фактора на прибыль от продаж
Общее изменение прибыли от продаж	1003-742=261	-
В том числе за счет факторов		
Изменение объема продаж	$\frac{1003 \times (120,31 - 100)}{100} = 203,71$	203,71
Изменение себестоимости	96811-93556,76=3254,24	-3254,24
Изменение коммерческих расходов	3-2,7=0,3	-0,3
Изменение цен на услуги	97817-94-203,71324=3493	3493
Изменение структурных сдвигов в объеме продаж	$892 - \frac{742 \times (120,31)}{100} = -181,17$	-181,17
Совокупное влияние факторов на прибыль от продаж	-	203,71-3254,24-0,3+3493-181,17=261

Источник: [составлено по данным предприятия]

Таким образом, на формирование прибыли от продаж в компании ООО «Дубовая роща» отрицательно сказались изменения себестоимости на 3254 тыс. руб., а также изменение структурных сдвигов в объеме продаж на -181 тыс. руб. В то же время изменение цен на услуги положительно отразилось на прибыли от продаж, за счет этого она увеличилась на +3493 тыс. руб. Объем продаж также оказал положительное влияние на прибыль, за счет его роста прибыль увеличилась на +204 тыс.руб.

Далее производим оценку формирования экономической прибыли предприятия ООО «Дубовая роща» (до налогообложения) – таблица 8

Таблица 8 - Факторный анализ экономической прибыли компании ООО «Дубовая роща», 2016 г.

Факторы	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
Изменение прибыли до налогообложения	47	100
В том числе за счет факторов:		
Изменение объемов продаж	203,71	433,43
Изменение себестоимости	-3254,24	-6923,91
Изменение цен на услуги	3493	7431,91
Изменение структурных сдвигов в объемах продаж	-181,17	-385,47

Факторы	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
Итого влияния факторов изменения прибыли от продаж	261	553,19
Изменение прочих доходов	0	0
Изменение прочих расходов	-214	-455,32
Итого влияние факторов изменения прочих доходов и расходов	-214	-455,32
Всего влияние факторов на изменение прибыли до налогообложения	47	100

Окончание таблицы 8

Источник: [составлено по данным предприятия]

Таким образом, на прибыли до налогообложения предприятия ООО «Дубовая роща» оказали отрицательное влияние такие факторы как изменение себестоимости на -6923,91 тыс. руб., и структурных сдвигов в объемах продаж на -385,47 тыс.руб., а также изменение прочих расходов на -455,32 тыс.руб. Положительное влияние оказали изменения в ценах, что составило +7431,91 тыс.руб.

Факторный анализ чистой прибыли предприятия ООО «Дубовая роща» представлен в таблице 9

Таблица 9 - Факторный анализ чистой прибыли предприятия ООО «Дубовая роща», 2016 г.

Факторы	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
Изменение чистой прибыли	47	100
В том числе за счет факторов:		
Изменение экономической прибыли	47	100
Изменение суммы налога на прибыль	0	0
Изменение постоянный налоговых обязательств	0	0
Итого влияние факторов изменения налогов	0	0
Всего влияние факторов на изменение чистой прибыли	47	100

Источник: [составлено по данным предприятия]

Таким образом, существенное влияние на формирование чистой прибыли

оказало изменение экономической прибыли предприятия (47 тыс. руб.).
Остальные факторы не имеют влияния.

В результате факторного анализа формирования прибыли ООО «Дубовая роща» можно сделать вывод, что к существенному снижению прибыли в компании, привело повышение себестоимости. Это требует серьезных доработок.

2.3 Анализ рентабельности продаж ООО «Дубовая роща»

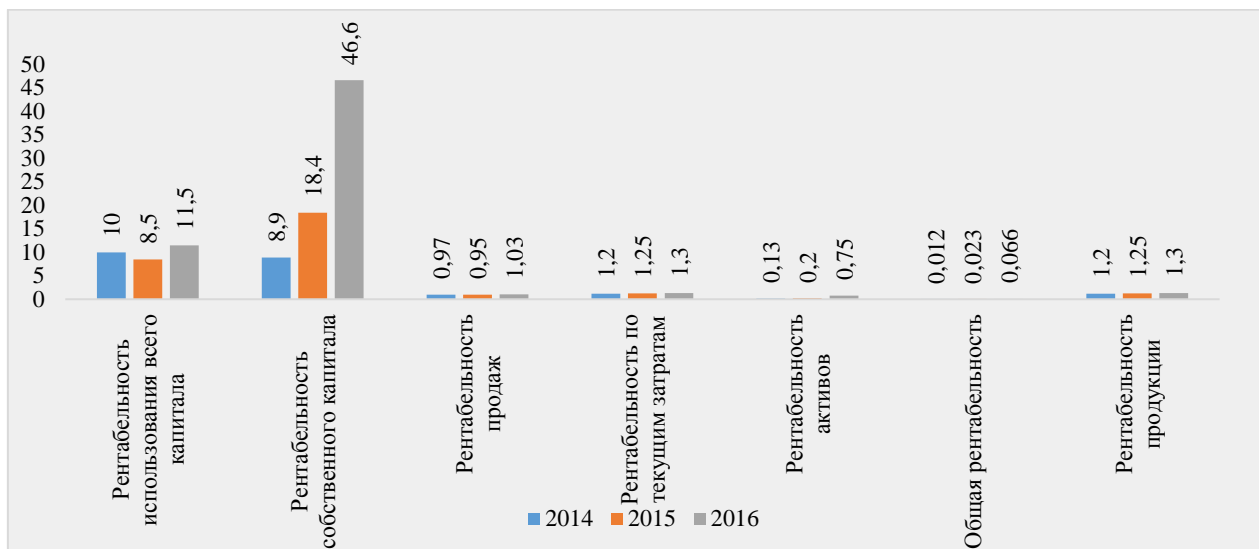
Рентабельность продаж – это доля прибыли от каждого заработанного рубля, выраженная в процентном выражении. Коэффициент рентабельности продаж показывает какая сумма денег в объеме реализованной продукции является прибылью компании, за вычетом налоговых выплат. Данный показатель отражает насколько стоимость товара окупает затраты на процесс производства товара/услуги (закупку нужных комплектующих, использование энерго- и человеческих ресурсов и т.д.)

Анализ показателей рентабельности ООО «Дубовая роща» представлен в таблице 10

Таблица 10 - Анализ показателей рентабельности предприятия ООО «Дубовая роща» за 2014-2016 годы, в %

Показатели	Годы			Темп роста, %	
	2014	2015	2016	второго года к первому	третьего года к второму
Рентабельность использования всего капитала	10	8,5	11,5	85,00	135,29
Рентабельность собственного капитала	8,9	18,4	46,6	206,74	253,26
Рентабельность продаж	0,97	0,95	1,03	97,94	108,42
Рентабельность по текущим затратам	1,2	1,25	1,3	104,17	104,00
Рентабельность активов	0,13	0,2	0,75	153,85	375,00
Общая рентабельность	0,012	0,023	0,066	191,67	286,96
Рентабельность продукции	1,2	1,25	1,3	104,17	104,00

Источник: [данные предприятия]



Источник: [данные предприятия]

Рисунок 2.3 – Динамика рентабельности деятельности ООО «Дубовая роша», 2014-2016 гг.

Из данных таблицы 10 и рисунка 2.3 видно, что за последних 3 года общая рентабельность предприятия улучшилась. Имеется положительная динамика. В 2015 г. она увеличилась на 91,67% и достигла 0,023, в 2016 г. показатель вырос еще на 86,96% и достиг 0,066. Эффективность всей деятельности предприятия, включая виды деятельности, непосредственно не связанные с реализацией продукции повысилась.

Рентабельность собственного капитала соответственно тоже значительно повышается. В 2014 г. она была равна 8,9%, в 2015 г. наблюдается рост на 106,74%, в 2016 г. показатель вырастает на 153,26% и равен 46,6%. Это связано, прежде всего, с ростом прибыли и заемного капитала.

Рентабельность всего капитала при этом имеет примерно незначительные отклонения. В 2014 г. была равна 10%, в 2015 г. уменьшилась на 15%, в 2016 г. наблюдается рост на 35,29% и составляет 11,5%.

Рентабельность продукции неоднозначна. В 2014 г. она равна 1,2%, в 2015 г. повышается до 1,25%, в 2016 г. снова падает до отметки 1,3%. Это говорит о том, что спрос на продукцию несколько снизился, в основном за счет резкого увеличения цен.

Рентабельность продаж при этом также имеет незначительные отклонения. В 2014 г. она составляет 0,97%, в 2015 г. снижается до 0,95%. В 2016 г. вырастает до 1,3%. Это говорит о том, что в составе выручки компании увеличивается удельная доля прибыли. Это происходит также за счет повышения его цены.

Рентабельность активов при этом снижается в 2015 г. на 53,85% и составляет 0,2%. В 2016 г. наблюдается резкий рост на 275%, значение равно 0,75%. Это связано с ежегодным увеличением чистой прибыли и ростом оборачиваемости активов.

Рентабельность по текущим затратам увеличивается на 4,17% в 2015 г. В 2016 г. идет повышение еще на 4% и значение достигает 1,3%. Это говорит о том, что снижается себестоимость продукции и растет прибыль, ускоряется оборачиваемость активов, повышается эффективность использования основных фондов и оборотных средств.

Далее произведем оценку рентабельности продаж (Таблица 11).

Таблица 11 – Рентабельность продаж ООО «Дубовая роща», 2015-2016 гг.

№ п/п	Показатель	2015 г.	2016 г.	Отклонение
1	Валовая прибыль, тыс. руб.	1484	1006	-478
2	Выручка, тыс. руб.	78401	97817	19416
3 = 1 / 2	Рентабельность продаж, %	$\frac{1484}{78401} \times 100\% = 1,892$	$\frac{1006}{97817} \times 100\% = 1,028$	0,864

Источник: [составлено по данным предприятия]

Рентабельность продаж ООО «Дубовая роща» снизилась за анализируемый период с 1,892% до 1,028% (т.е. на 0,846%), что отрицательно характеризует коммерческую деятельность предприятия, так как за счет себестоимости снизилась и валовая прибыль.

Произведем факторный анализ рентабельности продаж.

Для анализа рентабельности продаж (R) можно использовать следующую факторную модель:

$$R = \frac{\Pi}{B} = \frac{B - S}{B},$$

где Π — прибыль от реализации продукции;
 B — выручка от реализации продукции;
 S — полная себестоимость.

При этом влияние фактора изменения цены на продукцию определяется по формуле:

$$\Delta R_B = \frac{97817 - 76917}{97817} - \frac{78401 - 76917}{78401} = 0,2137 - 0,0189 = 0,1948 \text{ или } 19,48\%$$

Соответственно, влияние фактора изменения себестоимости составит:

$$\Delta R_S = \frac{97817 - 96811}{97817} - \frac{97817 - 76917}{97817} = 0,0103 - 0,2137 = -0,2034 \text{ или } -20,34\%$$

Сумма факторных отклонений даст общее изменение рентабельности за период:

$$\Delta R = 0,1948 - 0,2034 = -0,00864 \text{ или } -0,864\%$$

Таким образом, на снижение рентабельности продаж в 2016 году оказало влияние изменение себестоимости на 20,34% в 2016 г. Оказало влияние себестоимости на 25,68%.

В целом, общее исследование финансовой результативности предприятия позволяет сделать вывод, что в компании имеются проблемы. Показатель финансовой результативности – рентабельность продаж очень низкий для торговой отрасли, также, как и общая рентабельность. В компании необходимы изменения, в целях повышения финансовой результативности.

Огромное влияние на деятельность предприятия оказывает существенный рост себестоимости.

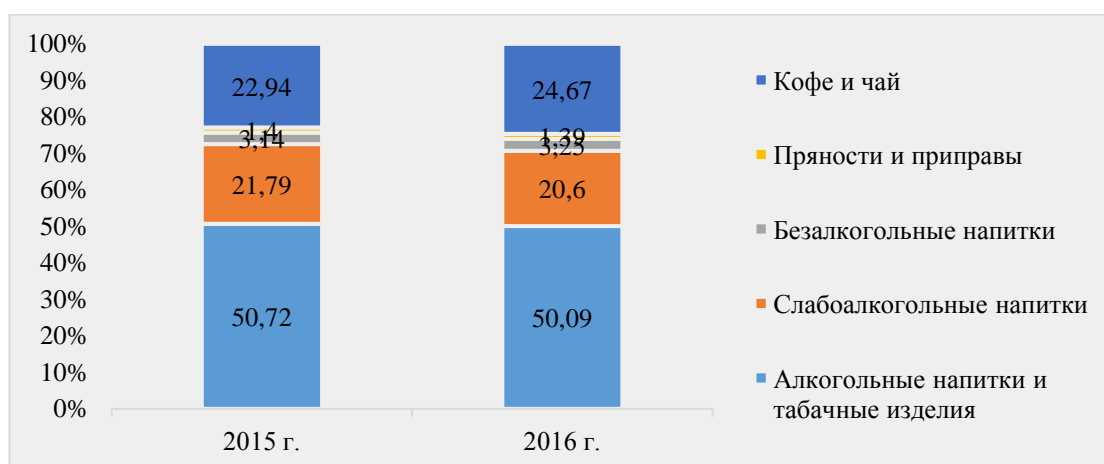
2.4 Разработка предложений повышения рентабельности продаж ООО «Дубовая роща»

На основе проведенных исследований оценки финансовой результативности предприятия ООО «Дубовая роща» можно сделать вывод, что в компании в последний год значительно выросла себестоимость продаж, при этой темпы ее роста выше темпов роста выручки, что негативно сказывается на прибыли от продаж.

Для того, чтобы повысить финансовую результативность в данном случае рекомендуется внедрение системы работы с поставщиками. Ее суть заключается в глубокой качественной оценке работы поставщиков, в том числе по цене, чтобы снизить итоговые издержки.

Одной из серьезных товарных групп компании ООО «Дубовая роща» являются «Вкусовые товары», на продажу которых приходится 41% всех продаж компании.

Структура продаж предприятия по товарам внутри группы представлена на рисунке 2.4.



Источник: [данные предприятия]

Рисунок 2.4 – Структура продаж ООО «Дубовая роща» внутри товарной группы «Вкусовые товары», 2015-2016 гг., в %

Для того, чтобы повысить рентабельность продаж данной товарной группы и как следствие общей рентабельности продаж предприятия предлагается сменить поставщика.

В настоящий момент поставки товаров данной группы осуществляет Группа Компания «Юнион». Для снижения затрат на товары «Кофе и чай» предлагается осуществлять закуп у ООО «Компания Стимул». В таблице 13 представим сравнение цен на основные товарные позиции по товарной группе «Кофе и чай».

Таблица 12 - Сравнение цен на основные товарные позиции по товарной группе «Кофе и чай» у текущего поставщика и нового предлагаемого поставщика

Наименование товара	Фасовка, пак. / гр.	Количество в коробке, шт.	Текущий поставщик, р.	Предлагаемый поставщик, р.	Разница в цене, р.
Чай					
Victoria					
Классический английский чай	25	72	60	58,5	-1,5
Классический английский чай	100	18	164	162,3	-1,7
Чай Эрл Грей Классический	25	72	60	58,5	-1,5
Чай Эрл Грей Классический	100	18	164	162,3	-1,7
Чай Эрл Грей с лимоном	25	72	60	58,5	-1,5
Чай Эрл Грей с лимоном	100	18	164	162,3	-1,7
Классический зеленый чай	25	72	70	68	-2
Традиционный Индийский чай	25	72	48	45	-3
Традиционный Индийский чай	50	36	111	107	-4
Традиционный Индийский чай	100	18	175	169	-6
Отборный цейлонский Чай	25	72	46	44	-2
Отборный цейлонский Чай	50	36	99	97	-2
Отборный цейлонский Чай	100	18	172	768	596
Крупнолистовой Индийский Чай	100 г.	90	62	60	-2

Окончание таблицы 12

Наименование товара	Фасовка, пак. / гр.	Количество в коробке, шт.	Текущий поставщик, р.	Предлагаемый поставщик, р.	Разница в цене, р.
Крупнолистовой Индийский Чай	250 г.	36	118	116	-2
Крупнолистовой Цейлонский Чай	100 г.	90	62	60	-2
Крупнолистовой Цейлонский Чай	250 г.	36	118	116	-2
Чай Черная смородина	20	24	51	49	-2
Чай Сладкая малина	20	24	51	49	-2
Чай Летняя ягода	20	24	51	49	-2
Чай Королевский Лимон	20	24	51	49	-2
Чай Бергамот	20	24	55	53	-2
Чай Зимняя ягода	20	24	50	48	-2
Голд Бонд					
Голд Бонд Ассам	25	72	38	36	-2
Голд Бонд Ассам	50	36	56	54	-2
Голд Бонд Ассам	100	18	127	123	-4
Голд Бонд Отборный	25	72	38	34	-4
Голд Бонд Отборный	50	36	56	52	-4
Голд Бонд Отборный	100	18	127	124	-3
Кофе					
Tchibo Exclusive					
Кофе в зернах	250	24	318	308	-10
Молотый кофе Tchibo Exclusive	250	24	290	285	-5
Кофе молотый Tchibo Exclusive Intense	250	24	280	265	-15
Растворимый кофе Tchibo Exclusive	190	30	569	549	-20
Растворимый кофе Tchibo Exclusive	95	48	313	303	-10
Растворимый кофе Tchibo Exclusive	47,5	96	185	169	-16
Растворимый кофе Tchibo Exclusive Intense	95	48	282	274	-8
Растворимый кофе Tchibo Exclusive Mild	150	30	269	255	-14

Источник: [самостоятельная разработка]

За счет смены поставщика компания сможет экономить значительные средства. Произведем расчет выручки от продаж предприятия, в случае если бы компания изначально закупала товар данной товарной группы через ООО «Компания Стимул» (Таблица 13).

Таблица 13 – Расчет разницы в выручке от продаж предприятия ООО «Дубовая роща» по товарной группе «Кофе и чай» при закупках товаров у разных поставщиков

Наименование товара	Количество в коробке, шт.	Цена с текущим поставщиком, р.	Цена с новым поставщиком, р.	Объем закупа, ед. кор.	Закуп с тек. пост., тыс. р.	Закуп с новым пост., тыс. руб.	Разница, тыс. р.
Чай Victoria							
Классический английский чай	10	60	58,5	215	129,2	126,0	-3,2
Классический английский чай	10	164	162,3	125	204,3	202,2	-2,1
Чай Эрл Грей Классический	10	60	58,5	245	146,9	143,2	-3,7
Чай Эрл Грей Классический	10	164	162,3	214	351,3	347,7	-3,6
Чай Эрл Грей с лимоном	10	60	58,5	170	102,1	99,6	-2,6
Чай Эрл Грей с лимоном	10	164	162,3	184	302,0	298,9	-3,1
Классический зеленый чай	10	70	68	182	127,2	123,6	-3,6
Традиционный Индийский чай	10	48	45	191	91,5	85,8	-5,7
Традиционный Индийский чай	10	111	107	214	237,2	228,6	-8,5
Традиционный Индийский чай	10	175	169	191	334,2	322,8	-11,5
Отборный цейлонский Чай	10	46	44	214	98,3	94,0	-4,3
Отборный цейлонский Чай	10	99	97	177	175,3	171,7	-3,5
Отборный цейлонский Чай	10	172	169	170	292,3	287,2	-5,1
Крупнолистовой Индийский Чай	10	62	60	131	81,1	78,5	-2,6
Крупнолистовой Индийский Чай	10	118	116	117	137,7	135,3	-2,3
Крупнолистовой Цейлонский Чай	10	62	60	188	116,5	112,8	-3,8
Крупнолистовой Цейлонский Чай	10	118	116	153	180,2	177,2	-3,1
Чай Черная смородина	10	51	49	225	115,0	110,5	-4,5
Чай Сладкая малина	10	51	49	250	127,5	122,5	-5,0
Чай Летняя ягода	10	51	49	252	128,8	123,7	-5,0
Чай Королевский Лимон	10	51	49	231	117,9	113,3	-4,6
Чай Бергамот	10	55	53	267	146,8	141,5	-5,3
Чай Зимняя ягода	10	50	48	251	125,7	120,7	-5,0

Окончание таблицы 13

Наименование товара	Количество в коробке, шт.	Цена с текущим поставщиком м, р.	Цена с новым поставщиком, р.	Объем закупа, ед. кор.	Закуп с тек. пост., тыс. р.	Закуп с новым пост., тыс. руб.	Разница, тыс. р.
Чай Голд Бонд							
Голд Бонд Ассам	20	38	36	206	156,8	148,5	-8,3
Голд Бонд Ассам	18	56	54	188	189,8	183,0	-6,8
Голд Бонд Ассам	10	127	123	130	165,5	160,3	-5,2
Голд Бонд Отборный	10	38	34	245	93,0	83,2	-9,8
Голд Бонд Отборный	18	56	52	206	207,7	192,8	-14,8
Голд Бонд Отборный	18	127	124	198	452,8	442,1	-10,7
Кофе Tchibo							
Кофе в зернах	10	318	308	171	543,0	526,0	-17,1
Молотый кофе Tchibo Exclusive	10	290	285	119	345,5	339,5	-6,0
Кофе молотый Tchibo Exclusive Intense	10	280	265	152	426,1	403,3	-22,8
Растворимый кофе Tchibo Exclusive	10	569	549	171	971,7	937,5	-34,2
Растворимый кофе Tchibo Exclusive	15	313	303	198	930,0	900,3	-29,7
Растворимый кофе Tchibo Exclusive	20	186	176	130	483,6	457,6	-26,0
Растворимый кофе Tchibo Exclusive Intense	12	284	274	151	514,9	496,8	-18,1
Растворимый кофе Tchibo Exclusive Mild	10	269	255	181	486,9	461,6	-25,3
Итого				7003	9836,3	9499,6	-336,7

Источник: [самостоятельная разработка]

В результате смены поставщика компания ООО «Дубовая роща» могла бы снизить затраты на покупку товаров товарной группы «Кофе и чай» на 336,7 тыс. руб.

Это мероприятие позволило бы повысить доходы предприятия. представим предполагаемый уровень прибыли от продаж, за счет снижения уровня себестоимости и соответственно рентабельности продаж (Таблица 14).

Таблица 14 – Предполагаемые доходы предприятия ООО «Дубовая роща» при смене поставщика

Показатели	2016 г.		Изменение	
	Факт	Предполагаемый		
Выручка	97817	97817	0	100
Расходы на производство и реализацию продукции	96811	96474,3	-336,7	99,7
Коммерческие расходы	3	3	0	100,0
Прибыль (убыток) от продаж	1003	1339,7	336,7	133,6
Прочие доходы	-	-	-	-
Прочие расходы	938	938	0	100,0
Прибыль (убыток) до налогообложения	65	401,7	336,7	618,0
Налог на прибыль	-	80,34	80,34	100,0
Чистая прибыль (убыток)	65	321,36	256,36	494,4
Рентабельность, %	1,03	1,369	0,339	132,9

Источник: [самостоятельная разработка]

Таким образом, смена поставщика только по одной товарной группе может позволить компании ООО «Дубовая роща» увеличить рентабельность продаж на 0,339%. Соответственно компании стоит рассмотреть варианты замены поставщиков особенно активных товарных групп, особенно в случае если данные группы являются очень популярными у покупателей.

В результате стоит отметить, что при регулярном осуществлении мониторинга рынка поставщиков, компания сможет снижать прямые затраты на продукцию и как следствие получать более высокие показатели прибыли.

Заключение

Теоретическая часть работы посвящена изучению особенностей финансовой результативности предприятия и методикам ее анализа.

В работе систематизированы научные знания в области оценки результативности финансовой деятельности малых предприятий и выяснены их потенциальные возможности на современном рынке. Было определено, что для малого бизнеса наиболее подходящими методиками оценки финансового состояния являются методы Канке А.А., Жилкиной А.В., Савицкой Г.В.

Отдельно в работе рассмотрен показатель рентабельности предприятия, как синтезирующий показатель финансовой результативности.

Практическая часть дипломной работы построена на базе деятельности предприятия ООО «Дубовая роща».

Основной вид деятельности, согласно уставу - розничная и оптовая торговля продуктами питания, непродовольственными и хоз. товарами.

Изучив состав и структуру предприятия, видно, что общая стоимость имущества организации с период 2014-2016 гг. увеличилась на 60,48%. Этот рост был вызван увеличением оборотных активов на 3282 тыс. руб.

В составе имущества в течение 2014-2016 гг. происходили следующие изменения: темп роста оборотных активов составил 160,48% в 2015 г., и 100,03% в 2016 г., выручка стабильно растет с каждым годом, при этом увеличение выручки за реализацию продукции происходит по большей части за счет роста цен и положительной динамики коэффициента оборачиваемости запасов.

Численность работников возросла за 3 года на 4 человека. В структуру состава персонала вошли новые должности, такие как бухгалтер и фактуровщик. Была увеличена численность продавцов, это говорит о том, что компания развивается успешно, увеличиваются продажи, требуется дополнительные продавцы, а значит и увеличивается финансовые результаты, т.е. выручка от реализации продукции. Общий оборот рабочей силы по

организации можно считать нормальным, снижение оборота по выбытию является положительным моментом. Коэффициент текучести кадров имеет тенденцию к снижению, что следует отнести к положительному результату, так как постоянная смена рабочего состава приводит к снижению эффективности работы организации и негативное влияние на социально-психологических отношениях в коллективе.

По динамике и структуре источников капитала предприятия видно, что присутствует высокая потребность в заемных и привлеченных средствах. При этом выручка от реализации товаров растет с каждым годом, что говорит о стабильной финансовой устойчивости организации.

Общее исследование финансовой результативности предприятия позволяет сделать вывод, что в компании имеются проблемы. Показатель финансовой результативности – рентабельность продаж очень низкий для торговой отрасли, также, как и общая рентабельность. В компании необходимы изменения, в целях повышения финансовой результативности.

В качестве предложения компании ООО «Дубовая роща» предложено сменить поставщика по одной из товарных групп. Расчеты показали, что смена поставщика в компании позволит увеличить уровень рентабельности продаж.

Также компании рекомендовано регулярно осуществлять сравнение поставщиков по ценовым показателям в целях выявления наиболее приемлемых условий.

В целях снижения издержек для компании может быть предложено несколько направлений. В первую очередь к данным направлениям можно отнести увеличение площадей продажи продукции. Данное мероприятие может эффективно сработать только с увеличением и ассортимента. Покупка помещения в данном случае позволит экономить на арендных платежах.

Дополнительным направлением снижения издержек может стать оптимизации работы персонала, разработка систем мотивации специалистов в целях уменьшения выплат по оплате труда.

Основываясь на результатах теоретико-методических исследований стоит выделить, что для дальнейшего улучшения финансовой результативности предприятия ООО «Дубовая роща» стоит рассмотреть возможность использования методик маркетинговых исследований, в целях выявления потребительских предпочтений, развития мерчандайзинга, формирования рекламных мероприятий, а также проведения качественного ABC-XYZ анализа ассортимента. Все это может позволить улучшить конкурентную позицию предприятия на рынке и в результате привлекать большее количество клиентов и увеличивать прибыль.

Увеличение объемов продаж осуществляется путем развития системы сбыта, использования новых каналов сбыта, дифференциации товарной политики и прочих средств.

Я бы рекомендовал наладить новый канал сбыта путем добавления услуги доставки продуктов на дом населению г. Уссурийск, также рекомендуется организовать сотрудничество с крупными компаниями путем заключения договора на постоянном сотрудничестве, тем самым универсам «Зодчий» мог бы осуществлять доставку некоторых видов продуктов, в которых нуждаются работники офисов, например, кофе, чай, хлебобулочные изделия, шоколад.

Снижение коммерческих и управленческих расходов осуществляется путем оптимизации расходов и использования средств формирования планирования расходов.

Для снижения данной группы расходов рекомендуется:

1. Оптимизировать ассортимент товара. На основе статистических данных мы можем выделить те товары, которые пользуются большей популярностью у населения. Убрав у поставщика из списка заказов продукции товары с наименьшим спросом, компания сможет заменить их более быстрореализуемыми и выгодными продуктами. В потенциале рост прибыли увеличится до 10%.

2. Выбор наиболее экономически выгодного поставщика. В результате смены поставщика компания ООО «Дубовая роща» могла бы снизить затраты на покупку товаров товарной группы «Кофе и чай» на 336,7 тыс. руб.
3. Сдать часть территории универсама в субаренду. В магазинах подобного характера очень популярны автоматы развлекательного характера с призами, тем самым универсам «Зодчий» сможет покрыть часть расходов по аренде помещения. Доход в год составит до 96 тыс.руб.
4. Ввести накопительные дисконтные карты, при оформлении которых покупатели будут оставлять свои контактные данные. Тем самым мы получим еще один рекламный канал, с помощью которого компания сможет проводить sms рассылки о проведение скидок и акций, поздравлять клиентов с Днем рождения и делать скидку для них в этот день. Рост прибыли будет осуществляться за счет увеличения количества клиентов и суммы чека, до 7%.
5. Сократить расходы на освещение магазина, путем покупки энергосберегающих ламп. Хотя стоят они дороже обычных, экономия в итоге получается 16 тыс.руб. в год.
6. Ввести аутсорсинг. Универсам может значительно сократить часть расходов убрав из должностей такие, как например бухгалтер. Данная практика существует во всем мире, это значительно сокращает расходы. Фирма может не иметь бухгалтерию: для нее вести бухгалтерский учет, готовить и сдавать в налоговую службу отчеты будет специализированная бухгалтерская фирма. Экономия за счет данного внедрения составит 76 тыс. руб.

За счет данных мероприятий доля расходов значительно уменьшится, а оборачиваемость капитала вырастет, что даст экономически положительный эффект для фирмы.

Экономическая рентабельность активов в 2016 г. выросла на 375%, это говорит о том, что финансовая устойчивость компании значительно повышается, рентабельность собственного капитала выросла на 253%, что показывает эффективность вложенного в дело капитал.

Для того чтобы повысить финансовые результаты компании необходимо избавиться от финансовой зависимости в заемных средствах, которая существует на данный момент. Исходя из этого рекомендованы следующие меры:

- Обеспечить политику компании, при которой заемные средства будут рассматриваться только лишь как крайняя мера
- Свободные денежные средства направлять на погашения долга для снижения финансового рычага фирмы
- Привлечение новых собственников
- Новые взносы от уже существующих собственников

Как уже говорилось в теоретической части работы величина прибыли зависит от ряда факторов, которые необходимо реализовать в ООО «Дубовая роща»:

- конкурентоспособных условий продажи собственных продуктов и оказания услуг. Снижение цены на определенные группы товаров приведет к большему потоку клиентов, исходя из этого следует организовать быстрое обслуживание и уменьшить сроки поставки определенных видов товаров.
- корректности выбора производственной направленности предприятия согласно выпуску продукции. Периодически необходимо пользоваться таким инструментом маркетинга, как анкетирование населения, для того чтобы понимать какие товары пользуются более устойчивым и высоким спросом, от остальной группы товаров следует отказаться, либо заменить из более популярных товаров.
- Постоянные пути поиска снижения себестоимости.

Необходимо непрерывное развитие услуг, их конкурентоспособности, увеличение объемов реализации и повышение массы прибыли.

Исходя из предложенных мною мер нам удастся снизить себестоимость продукции, увеличить выручку, снизить цену на определённую группу товаров, снизить коммерческие и управленческие расходы.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Юридическая литература, 2013. — 25 с.
2. Баскакова О.В., Сейко Л.Ф. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Издательство – торговая корпорация «Дашкова и К», 2013. – 372 с.
3. Бочаров В.В. Финансовый анализ. Краткий курс / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.
4. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. – 4-е изд., испр. и доп.- М.: Издательство «Омега-Л», 2013. – 349 с.: ил., табл. - (Высшее финансовое образование)
5. Ковалев В.В. Финансы организаций (предприятий): учебник / В.В. Ковалев, Вит.В. Ковалев – Москва: Проспект, 2013. – 352 с.
6. Любушин Н. П. Экономический анализ: учеб.пособие / Любушин Н. П. – М.: Юнити, 2010 – 576 с.
7. Никитина Н. В. Корпоративные финансы: учеб. пособие / Н. В. Никитина, В. В. Янов - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 509 с.: рис., табл., прил.; печ. л.32,0 - Бакалавриат).
8. Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник / 14-е изд.; перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 649 с.
9. Селезнева, Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами. / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: Юнити-Дана - Москва, 2014. - 640 с.
10. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 367 с.
11. Амосова Л.Н. Анализ прибыли предприятия / Л.Н. Амосова, Е.В. Сардарова // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. - 2014. - № 1. - С. 305-310.

12. Антонов С. А. Принципиальный подход к организации системы корпоративного налогового менеджмента по налогу на прибыль // УЭКС. - 2013. - №11(59). – С. 1-14.
13. Агафонова Т.И. Проблему управления прибылью и рентабельностью предприятия / Т.И. Агафонова, Н.Р. Куркина, М.С. Евсюткина // Мирская наука. – 2017. - №1. – С. 3-6.
14. Бархатов И.В. Модель формирования и распределения прибыли российских корпораций / И.В. Бархатов, И.В. Рюмин // Вестник ЧелГУ. 2013. - №15(306). – С. 85-91
15. Буньковский Д. В. Оценка потенциала возникновения и развития малого предприятия по производству серобетона / Д.В. Буньковский// Известия Иркутской государственной экономической академии. 2011. № 4. С. 120-122.
16. Дедура К.А. Основные факторы, влияющие на прибыль организации в современных условиях / К.А. Дедура // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2014. - №24. - С. 123-126.
17. Дерновая В.А. Методологическое обоснование разработки модели эффективного управления строительной организацией / В.А. Дерновая // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. - 2015. - №11-2. – С.2877-2888.
18. Жеребцов В. М. Анализ финансовой деятельности предприятия на основе статистики показателей прибыли и рентабельности / В.М. Жеребцов, Л.Р. Кудакова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2015. - №2-2. – С.275-280.
19. Кондратьев Н. И. Анализ распределения прибыли российских корпораций/ Н.И. Кондратьев // Вестник ТГУ. - 2014. - №3. – С.33-40.
20. Кутер М.И. Теоретические аспекты формирования, распределения и капитализации прибыли / М.И. Кутер, М.М. Гурская, Б.С. Ешутова, Ж.Л. Комкова // Вектор науки ТГУ. - 2009. - №7 (10). – С.38-41.
21. Лысов И.А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия / И.А. Лысов // Вестник НГИЭИ. – 2015. - №3(64). – С. 60-64.

22. Мироседи С.А. Факторы и резервы увеличения прибыли предприятия / С.А. Мироседи, Т.Г. Мироседи, Веремеева Ю.С. // Символ науки. – 2016. - №5-1(17). – С.161-165.

23. Воробьева Е.Г. Рентабельность российских предприятий оптовой и розничной торговли: анализ тенденций / в сборнике «Молодежь и XXI век – 2017 материалы VII Международной молодежной научной конференции: в 4-х томах». – 2017. – С. 55-60.

24. Статья Лисовец А.А. Сущность прибыли как экономической категории / А.А. Лисовец, Е.Э. Кулькова, Н.Н. Яромченко // Научное сообщество студентов. – 2016. – С. 157-159.

25. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций / Госкомстат России, 2002. – 20 с

26. Попова Р.Г., Самонова И.Н., Добросердова И.И. Финансы предприятий. – СПб.: Питер, 2010. – 208 с.

27. Шестакова Н.Н. Управление ликвидностью и рентабельностью как дилемма финансового менеджмента / Н.Н. Шестакова // в сборнике: «Проблемы современной аграрной науки материалы международной заочной научной конференции. – 2017. – С. 161-165.

28. Ремез В.А. Рентабельность и прибыль предприятия как одни из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия / В.А. Ремез // Российская экономика: взгляд в будущее. – 2017. – С. 234-239.

29. Бурлака Е.В. Рентабельность, самый результативный показатель на предприятии / Е.В. Бурлака // Приоритетные направления развития образования и науки. – 2017. – С. 139-141.

30. Савин С.Д. Управление рентабельностью предприятия / С.Д. Савин // Экономик. Теория и практика. – 2017. – С. 235-238.

31. Об обществах с ограниченной ответственностью: федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ (в ред. от 03 июля 2016 г.). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/

32. О бухгалтерском учете: федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ (в ред. от 23 мая 2016 г.). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=198265&rnd=228224.138617697&from=122855-0#0>

33. Недосекин С. В., Иванов М. А. Финансовое состояние предприятия: сущность и организация в современных условиях // Вестник РГАЗУ (Электронное периодическое издание). – 2011 (http://edu.rgazu.ru/file.php/1/vestnik_rgazu/index.html).

Приложение А
Реализация продукции (товаров, работ, услуг)
Динамика структуры производства (реализации) продукции
(работ, услуг) предприятия за 2014-2016 годы

Показатели	Годы									Темп роста, %	
	2014 год			2015 год			2016 год				
	кол-во, шт	тыс. руб.	уд. вес, %	кол-во, шт	тыс. руб.	уд. вес, %	кол-во, шт	тыс. руб.	уд. вес, %		
Реализованная продукция:											
Группа 1 Зерномучные товары											
1 Мука	4420	204,54	3,66	4310	221,72	3,30	4240	475,2	6,41	108,40	214,32
2 Крупа	3515	4754,53	85,07	3402	5325,76	79,38	3221	5616,3	75,81	112,01	105,45
3 Зерно	1540	47,56	0,85	1420	67,98	1,01	1325	84,93	1,15	142,94	124,93
4 Макароны изделия	4342	190,81	3,21	4224	274,15	4,09	4075	279,95	3,78	143,67	102,12
5 Хлебобулочные изделия	21252	582,53	10,42	21546	819,37	12,21	20017	952,36	12,85	140,66	116,23
Итого Группа 1	35069	5589,16	10,03	34902	6708,98	8,56	32878	7408,7	7,57	120,04	110,43
Группа 2 Кондитерские изделия, сахар, мед											
1 Конфетные изделия	3557	1639,26	33,77	3354	1782,66	31,26	2915	1904,3	30,72	108,75	106,82
2 Шоколад и какао-порошок	2924	151,95	3,13	2719	155,12	2,72	2647	159,29	2,57	102,09	102,69
3 Карамельные изделия	1426	266,89	5,50	1395	299,52	5,25	1358	308,76	4,98	112,23	103,08
4 Мучные кондитерские изделия	2184	327,62	6,75	2068	540,45	9,48	1954	636,12	10,26	164,96	117,70
5 Кондитерские товары	1239	995,61	20,51	1224	1098,12	19,26	1215	1120,9	18,08	110,30	102,08
6 Халва	1131	238,61	4,92	1012	322,35	5,65	995	424,44	6,85	135,09	131,67
7 Сахар	15052	1121,67	23,11	14924	1377,95	24,16	13237	1481,3	23,89	122,85	107,50
8 Мед	428	112,23	2,31	352	126,31	2,22	329	164,48	2,65	112,55	130,22
Итого Группа 2	27941	4853,84	8,71	27048	5702,48	7,27	24650	6199,5	6,34	117,48	108,72
Группа 3 Фруктово-овощные товары											
1 Свежие овощи	548	143,84	12,75	493	260,59	14,07	338	353,86	15,85	181,17	135,79

2 Свежие плоды	615	146,98	13,03	582	292,32	15,79	561	354,9 7	15,90	198,88	121,43
3 Свежие и переработанные грибы	580	411,36	36,47	432	616,84	33,31	224	722,1 5	32,34	149,95	117,07
4 Клубнеплоды и корнеплоды	712	117,82	10,45	621	281,16	15,18	745	324,5 4	14,53	238,64	115,43
5 Сушеные овощи и плоды	138	210,23	18,64	140	261,15	14,10	146	314,2 5	14,07	124,22	120,33
6 Овощные и плодовые консервы	1587	97,57	8,65	1374	139,52	7,54	1152	163,2 1	7,31	142,99	116,98
Итого Группа 3	4180	1127,8	1,15	3642	1851,5 8	1,89	3166	2233	2,28	164,18	120,60
Группа 4 Молочные товары											
1 Молоко	7184	301,73	32,84	7052	394,91	32,37	6957	466,1 9	32,52	130,88	118,05
2 Кисломолочные изделия	3854	154,89	16,86	3645	192,52	15,78	3328	212,5 3	14,83	124,29	110,39
3 Сыры	1287	392,53	42,72	1125	554,52	45,46	1112	670,5	46,78	141,27	120,92
4 Молочные консервы	1325	49,02	5,33	1228	50,89	4,17	1204	52,65	3,67	103,81	103,46
5 Мороженое	1217	20,69	2,25	1112	26,98	2,21	1106	31,54	2,20	130,40	116,90
Итого Группа 4	1486 7	918,86	0,94	1416 2	1219,8 2	1,25	1370 7	1433, 5	1,47	132,75	117,51
Группа 5 Мясные товары											
1 Мясные полуфабрикаты	4644	3469,4 8	40,58	2352	3661,5 2	39,32	2247	3964	36,75	105,54	108,26
2 Мясные консервы	6555	1484,8 6	17,37	3248	1654,4 5	17,77	3214	1957, 9	18,15	111,42	118,34
3 Колбасные изделия	3558	1975,1 9	23,10	3256	2193,1 2	23,55	3025	2975, 2	27,59	111,03	135,66
4 Мясо домашней птицы и дичи	4584	1391,4 1	16,27	3146	1490,7 8	16,01	2847	1556, 2	14,43	107,14	104,39
5 Субпродукты	889	229,35	2,68	856	311,86	3,35	824	332,1 2	3,08	135,98	106,50
Итого Группа 5	2023 0	8550,2 9	8,74	1285 8	9311,7 3	9,52	1215 7	1078 5	11,03	108,91	115,83
Группа 6 Пищевые жиры											
1 Майонез	5587	914,26	28,18	5380	1377,8 8	30,11	4925	1696, 2	32,18	150,71	123,10
2 Маргарин и кулинарные жиры	1685	92,96	2,87	1354	119,07	2,60	1148	137,2 3	2,60	128,09	115,25
3 Животные жиры	536	334,25	10,30	425	656,89	14,35	408	778,3 4	14,77	196,53	118,49
4 Растительные масла	6805	1902,4 1	58,65	6539	2422,7 9	52,94	6054	2659, 2	50,45	127,35	109,76
Итого	1461	3243,8	3,32	1369	4576,6	4,68	1253	5271	5,39	141,09	115,17

Группа 6	3	8		8	3		5				
Группа 7 Яйца и яичные товары											
1 Яйца	8058 7	5399,3 3	96,86	8044 2	6796,2 4	97,16	8022 8	9129, 5	97,04	125,87	134,33
2 Яичный п-к	528	174,97	3,14	506	198,59	2,84	493	278,2	2,96	113,50	140,10
Итого Группа 7	8111 5	5574,3	5,70	8094 8	6994,8 3	7,15	8072 1	9407, 7	9,62	125,48	134,50
Группа 8 Рыба и рыбные товары											
1 Мороженая рыба	5809	1223,3 5	14,38	5645	1838,3 7	15,67	5335	2146, 2	14,12	150,27	116,74
2 Рыбные полуфабрика- ты	1858	1432,4 2	16,83	1688	1952,4 6	16,64	1557	2250, 2	14,80	136,30	115,25
3 Нерыбные пищевые продукты моря	1258	2056,0 6	24,16	1121	2928,3 2	24,96	1108	3255, 2	21,41	142,42	111,16
4 Икра рыб	976	1791,2 1	21,05	743	2079,2 5	17,72	552	3325, 3	21,87	116,08	159,93
5 Рыбные консервы и пресервы	5205	287,38	3,38	5070	363,64	3,10	5003	540,2 5	3,55	126,54	148,57
6 Вяленые и сушеные рыбные товары	589	630,12	7,40	446	985,36	8,40	421	1925, 5	12,67	156,38	195,41
7 Соленые и копченые рыбные товары	498	1089,3 6	12,80	475	1586,8 7	13,52	456	1758, 9	11,57	145,67	110,84
Итого Группа 8	1619 3	8509,9	8,70	1518 8	11734, 3	12,00	1443 2	1520 1	15,54	137,89	129,55
Группа 9 Вкусовые товары											
1 Алкоголь- ные напитки и табачные изделия	5567	8562,2 8	49,39	5224	15368, 9	50,72	5107	1997 5	50,09	179,50	129,97
2 Слабоалко- гольные напитки	6342	4395,2 4	25,35	6231	6602,5 2	21,79	5998	8214, 3	20,60	150,22	124,41
3 Безалко- гольные напитки	4887	607,88	3,51	4523	952,79	3,14	4342	1296	3,25	156,74	136,03
4 Пряности и приправы	3587	215,22	1,24	3429	425,12	1,40	3207	554,8 3	1,39	197,53	130,51
5 Кофе и чай	7225	3554,3 5	20,50	7057	6951,3 2	22,94	7004	9836, 3	24,67	195,57	141,50
Итого Группа 9	2760 8	17335	17,72	2646 4	30300, 7	30,98	2565 8	3987 7	40,77	174,80	131,60
Всего	2418 16	55703	100,0 0	2289 10	78401	100,0 0	2199 04	9781 7	100,0 0	140,75	124,76