

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный
университет (национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория, региональная экономика, государственное и
муниципальное управление»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Анализ формирования и использования финансового результата ООО
«Арабески»

Руководитель работы

Л.Б. Кабытова

« ____ » _____ 2017

г.

Автор работы

Студент группы ЗЭУ – 402

С.В. Серженко

« ____ » _____ 2017

г.

.

Челябинск 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА	6
1.1 Понятие и принципы формирования финансовых результатов	6
1.2 Методика анализа финансового результата	15
1.3 Основные пути увеличения финансовых результатов предприятия	24
2 АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ООО «АРАБЕСКИ»	31
2.1 Анализ структуры и динамики доходов и расходов в ООО «Арабески»	31
2.2 Оценка формирования и использования финансовых результатов ООО «Арабески»	42
3 РАЗРАБОТКА И ОЦЕНКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ООО «АРАБЕСКИ»	47
3.1 Концепция увеличения финансового результата ООО «Арабески»	47
3.2 Оценка предлагаемых мер и их влияние на финансовый результат деятельности предприятия	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	61
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2016 г.	65
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Отчет о финансовых результатах за 2015 г.	67
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Отчет о финансовых результатах за 2016 г.	69

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Управление финансово-хозяйственной деятельностью организации требует соответствующего информационного обеспечения. Данные о финансовом положении организации являются его важнейшей составной частью. Такая информация пользуется наибольшим спросом среди различных ее пользователей и обязательно учитывается при принятии любых управленческих решений. Поэтому достоверность информации о финансовом положении организаций, а также возможность ее получения в любой необходимый момент являются обязательными условиями в практике принятия управленческих решений в процессе их финансово-хозяйственной деятельности.

Важнейшей составной частью информации о финансовом положении организации являются данные о формировании финансовых результатов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности коммерческих организаций. При этом в современных условиях хозяйствования в число важнейших объектов учетного наблюдения выдвигается собственный капитал, образующийся в результате получения организацией прибыли. Прибыль является основным обобщающим качественным показателем деятельности предприятия и характеризует конечный финансовый результат, эффективность производства. В связи с этим огромное значение имеет четкая организация контроля за формированием прибыли и со стороны налоговых, аудиторских и внутрихозяйственных служб в пределах компетенции каждого из них.

Таким образом, без получения прибыли предприятие не может развиваться в рыночной экономике, за исключением организаций, финансируемых за счёт государства или других источников. Поэтому задача улучшения финансового результата является жизненно важной для хозяйствующего субъекта. Анализ финансовых показателей позволяет выявить возможности улучшения финансового положения и по результатам расчётов принять экономически обоснованные решения.

В процессе анализа решаются следующие задачи: изучение данных о формировании финансового результата и использовании прибыли; исследование динамики показателей прибыли и рентабельности предприятия; выявление и измерение влияния основных факторов, воздействующих на финансовый результат; выявление резервов и их использование для повышения прибыли и рентабельности предприятия. Этим и определяется актуальность темы данной выпускной квалификационной работы.

Объектом выпускной квалификационной работы является ООО «Арабески».

Предметом работы являются финансовые результаты предприятия.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке путей улучшения финансовых результатов ООО «Арабески».

Данная цель определила следующие задачи:

- рассмотреть понятие и принципы формирования финансовых результатов;
- охарактеризовать методику анализа финансового результата;
- выявить основные пути увеличения финансового результата предприятия;
- провести анализ структуры и динамики доходов и расходов ООО «Арабески»;
- провести оценку показателей формирования и использования финансового результата ООО «Арабески»;
- разработать концепцию увеличения финансового результата ООО «Арабески»;
- провести оценку предлагаемых мер и их влияние на финансовый результат деятельности предприятия.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили работы ведущих отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования финансовых результатов деятельности фирмы, таких как Абрютиной М.С., В.В. Ковалева, Н.П. Кондракова, М.П. Любушина, А.Д. Шеремета, Е.С. Стояновой и многих друг.

Информационной базой выпускной квалификационной работы явились данные финансовой и бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Арабески» за 2014-2016 гг.

В процессе написания выпускной квалификационной работы была применена совокупность методов экономико-статистического анализа, таких как горизонтальный, вертикальный анализ, коэффициентный метод, а также методы анализа и синтеза экономической информации, методы классификации и индукции.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, приложений.

В первой главе раскрываются теоретические аспекты формирования и использования финансовых результатов предприятия. Во второй главе проводится оценка финансовых результатов ООО «Арабески». В третьей главе разрабатываются пути улучшения финансовых результатов предприятия ООО «Арабески».

Результаты выпускной квалификационной работы могут быть использованы аппаратам управления ООО «Арабески» в целях улучшения финансовых результатов компании.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА

1.1 Понятие и принципы формирования финансовых результатов

Ведущие экономисты в области экономического анализа и финансового менеджмента большое место уделяют в своих исследованиях изучению финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия, однако подходят к определению экономического содержания данного понятия в различных аспектах и с разной степенью детализации. О.В. Ефимова, под финансовым результатом деятельности предприятия понимая прибыль, в то же время отмечает, что «действительно конечный результат тот, правом распоряжаться которым обладают собственники», и в мировой практике под ним подразумевается «прирост чистых активов».

Г.В. Савицкая отмечает, что «финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности»: «прибыль - это часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции» [32].

И.А. Бланк, анализируя финансовые механизмы управления формированием операционной прибыли, характеризует балансовую (совокупную) прибыль как «один из важнейших результатов финансовой деятельности предприятия». Это сумма следующих видов прибыли предприятия: прибыли от реализации продукции (или операционной прибыли), прибыли от реализации имущества и прибыли от внереализационных операций при главной роли операционной прибыли, доля которой в настоящее время составляет примерно «90-95 % общей суммы прибыли» [6].

В.В. Бочаров рассматривает порядок формирования финансовых результатов предприятия (прибыли), систематизируя статьи, входящие в отчет о прибылях и

убытках и показывая формирование прибыли от валовой до нераспределенной (чистой) прибыли (непокрытого убытка) отчетного периода [8].

Таким образом, финансовый результат – обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования. Финансовый результат деятельности организации служит своего рода показателем значимости данной организации в народном хозяйстве.

В современных экономических условиях хозяйствования любая организация заинтересована в получении положительного результата от своей деятельности, поскольку благодаря величине этого показателя она способна расширять свою мощь, материально заинтересовывать персонал, работающий на данной организации, выплачивать дивиденды акционерам и т.д.

С точки зрения бухгалтерского учета конечный финансовый результат деятельности предприятия выражается в показателе прибыли или убытка, формируемого на счете «Прибыли и убытки» и отражаемого в бухгалтерской отчетности.

Общий финансовый результат деятельности предприятия, бухгалтерская прибыль или убыток, представляет собой сумму результата (прибыли или убытка) от реализации продукции, товаров (работ, услуг), результата (прибыли или убытка) от финансовой деятельности (процентов, полученных и уплаченных), операционной деятельности (доходов и расходов), доходов и расходов от прочих внереализационных операций.

Для любого предприятия получение финансового результата означает признание обществом (рынком) результатов его деятельности или получение результатов от реализации произведенного на предприятии продукта в форме продукции, работ или услуг. Тогда конечным финансовым результатом для предприятия будет выступать сальдо результата от реализации и расходов, понесенных им для его получения.

Для государства конечным финансовым результатом деятельности коммерческого предприятия будет являться налог, содержащийся в его составе [2, 33].

Для собственника, инвестора конечный финансовый результат представляет собой распределенную в его пользу часть прибыли после налогообложения. Оставшаяся прибыль после ее налогообложения и выплат дивидендов собственникам, процентов кредиторам есть чистый конечный финансовый результат предприятия для его производственного и социального развития.

Финансовым результатом основной деятельности (от продаж) выступает выручка от продаж, для большей части функционирующих в российской экономике предприятий отражаемая по принципу начисления (на основе данных об отгруженной продукции). Судить о том, какой конечный финансовый результат получен по итогам продаж, можно только очистив его от причитающихся государству косвенных налогов и себестоимости.

Превышение выручки над налоговыми расходами и затратами, ее формирующими, даст положительный результат, называемый прибылью от продаж. Обратная ситуация покажет убыток от продаж. Таким образом, конечным финансовым результатом от продаж выступает прибыль или убыток, полученные по итогам доходов от продаж, уменьшенные на величину налоговых расходов и расходов по выпуску продукции (выполнению работ, оказанию услуг).

Конечный финансовый результат от обычной деятельности предприятия называется прибылью (убытком) от обычной деятельности и является общим итогом его основной и прочей деятельности.

Конечный финансовый результат от обычной деятельности, увеличенный или уменьшенный на сальдо чрезвычайных доходов и расходов, носящих случайный характер и возникающих достаточно редко, формирует нераспределенную прибыль (непокрытый убыток). Выявлением величины нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) заканчивается финансовый год предприятия [7, 76].

Таким образом, одним из наиболее важных финансовых результатов выступает прибыль предприятия. Прибыль представляет собой конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Однако финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, возникший, например, по причине чрезмерно высоких затрат или недополучения доходов от реализации товаров в связи с уменьшением объема поставок товаров, снижением покупательского спроса.

В процессе анализа результатов работы торгового предприятия применяются различные значения прибыли: прибыль (убыток) от реализации товаров; прибыль от реализации основных фондов и иного имущества; валовая (балансовая) прибыль; чистая прибыль (прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия); налогооблагаемая прибыль; прибыль от прочей деятельности предприятия. Различия понятий прибыли определяются их экономическим содержанием и положениями законодательства о налогообложении прибыли предприятий.

Необходимо, однако, подчеркнуть противоречивость прибыли как обобщающего показателя деятельности. Как отечественная, так и зарубежная практика показывает, что рост прибыли может являться не только следствием эффективной экономической деятельности. Он может быть достигнут, например, за счет монопольного положения производителя.

Система показателей финансовых результатов включает в себя не только абсолютные (прибыль), но и относительные показатели (рентабельность) эффективности использования (рисунок 1.1).

Эффективность хозяйственной деятельности выражается экономической категорией рентабельности. Рентабельность в общем виде выступает как доходность, прибыльность [8]. То есть получение прибыли позволяет говорить об эффективности организации и осуществления хозяйственной деятельности. Однако масса прибыли еще не позволяет в достаточной мере оценить, насколько эффективно осуществляется деятельность предприятия.

Для такой оценки служат относительные показатели рентабельности как отношения полученной прибыли к авансированным и затраченным на производство продукции средствам.

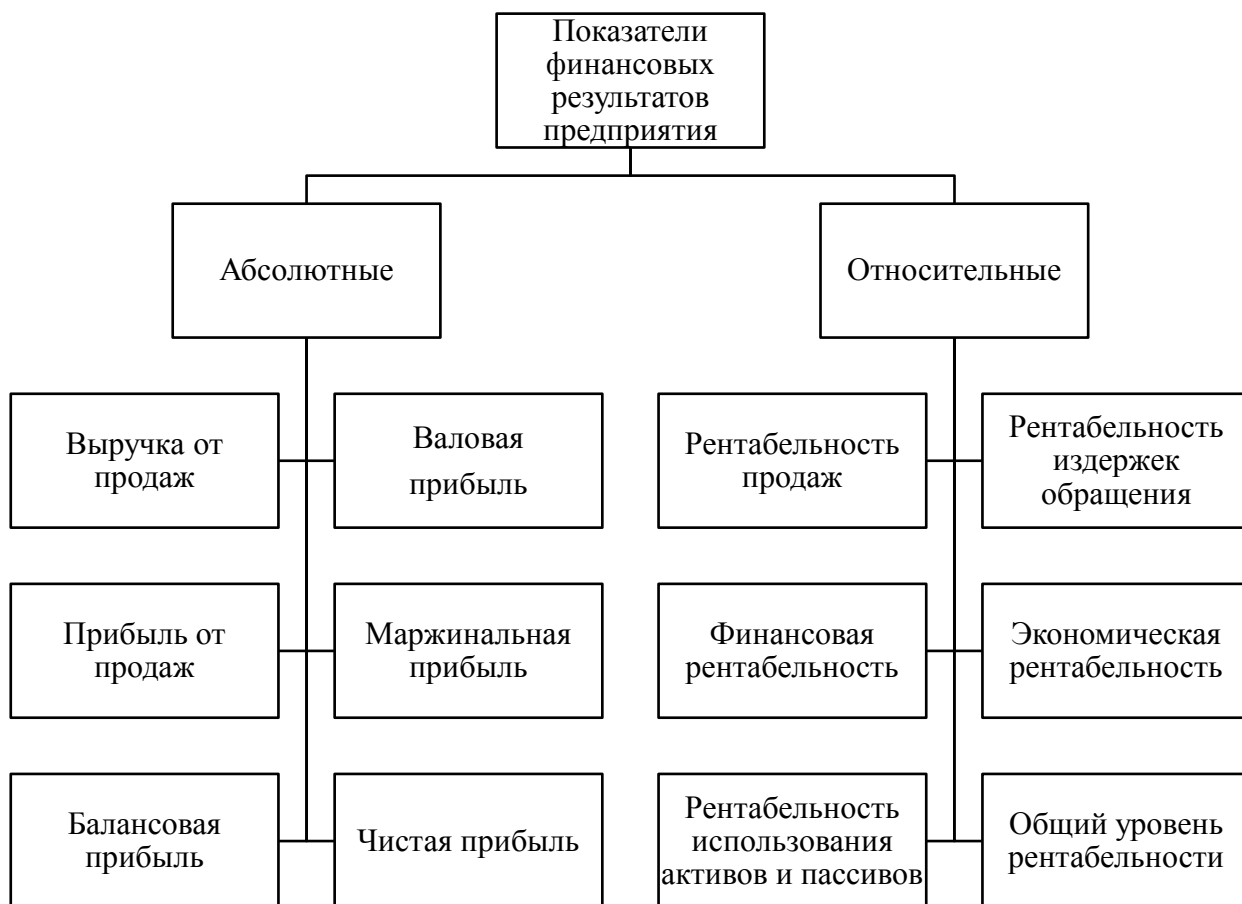


Рисунок 1.1 – Система показателей финансовых результатов

Заинтересованность в росте прибыли означает, следовательно, заинтересованность в комплексном использовании всех направлений и методов улучшения результатов хозяйственной деятельности, снижения издержек производства, экономии живого и овеществленного труда, в более полной мобилизации внутренних резервов. Кроме того, она заинтересовывает не просто в производстве продукции с возможно меньшими индивидуальными затратами, а той продукции, которая удовлетворяет потребности в ней общества, имеет спрос. То есть, чем более эффективна хозяйственная деятельность, тем большей является

прибыль и, следовательно, тем больше средств можно использовать для финансирования расширенного воспроизводства, социального развития и материального поощрения участников хозяйственной деятельности.

Механизм формирования прибыли является одной из составляющих хозяйственного механизма, действующего в обществе на определенном историческом этапе его развития. Хозяйственный механизм определяет условия функционирования хозяйствующих субъектов в обществе и, таким образом, условия и общий порядок формирования финансовых результатов их деятельности [32].

Таким образом, понятие прибыли как финансового результата деятельности выражает определенную форму реализации экономических отношений по поводу образования, распределения и использования в денежной форме части стоимости прибавочного продукта, сложившихся на определенном этапе развития общества, в определенной экономической системе и реализующихся через созданный в ней хозяйственный механизм.

Такой подход позволяет разграничивать понятия прибыли как экономической категории и как финансового результата деятельности хозяйствующего субъекта.

С точки зрения управления и, в первую очередь, функции анализа финансово-хозяйственной деятельности такое разграничение понятий позволяет ясно представлять не только объективные основы протекания процессов формирования прибыли, но и конкретную форму их организации. Появляется возможность не только определить факторы, оказывающие влияние на процесс формирования финансовых результатов, но и границы их управляемости, позволяет выделить среди них зависящие и не зависящие от хозяйствующего субъекта, производственные и непроизводственные и т. п. Из понимания финансовых результатов, как динамического явления, зависящего от хозяйственного механизма, следует и практическая необходимость учитывать изменение способов определения прибыли, для обеспечения сопоставимости финансовых результатов в различные периоды времени.

Прибыль как финансовый результат выступает в следующих основных видах: валовой, налогооблагаемой и чистой прибыли.

Под формированием финансовых результатов понимается определенная последовательность (алгоритм, методика), конечной целью которой является определение значения показателя балансовой (валовой) прибыли (убытка) и ее производных (налогооблагаемой, чистой и нераспределенной прибыли, непокрытого убытка).

Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности. Результатом соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов) и полезной производительной деятельности хозяйствующих субъектов является готовая продукция, которая становится товаром при условии ее реализации потребителю [7].

На стадии продажи выявляется стоимость товара, включающая стоимость прошлого овеществленного труда и живого труда. Стоимость живого труда отражает вновь созданную стоимость и распадается на две части. Первая представляет собой заработную плату работников, участвующих в производстве продукции. Ее величина определяется рядом факторов, обусловленных необходимостью воспроизводства рабочей силы. В этом смысле для предпринимателя она представляет часть издержек по производству продукции. Вторая часть вновь созданной стоимости отражает чистый доход, который реализуется только в результате продажи продукции, что означает общественное признание ее полезности. На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений чистый доход принимает форму прибыли. На рынке товаров предприятия выступают как относительно обособленные товаропроизводители. Установив цену на продукцию, они реализуют ее потребителю, получая при этом денежную выручку, что не означает получения прибыли. Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости

продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. Предприниматель всегда ставит своей целью прибыль, но не всегда ее получает. Если выручка равна себестоимости, то удалось лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции. При реализации без убытков отсутствует и прибыль как источник производственного, научно-технического и социального развития. При затратах, превышающих выручку, предприятие получает убытки - отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключающие и банкротство. Значение прибыли состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат.

Вместе с тем на величину прибыли, ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия [8].

Практически вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени зависят от предприятия такие факторы, как уровень цен на реализуемую продукцию и заработная плата, уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования.

Перечисленные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость, поэтому для выяснения конечного финансового результата необходимо сопоставить стоимость объема реализуемой продукции и стоимость затрат и ресурсов, используемых в производстве.

Сущность прибыли наиболее полно выражается в ее функциях. В отечественной литературе нет единого мнения по вопросу о функциях прибыли; в разных источниках насчитывается от двух до шести функций.

Большинство экономистов выделяют три функции, наиболее соответствующие природе прибыли. Это функции обобщающего оценочного показателя

деятельности, воспроизводственная и стимулирующая функции. Помимо этого прибыль выступает источником вознаграждения владельцев акций, паев в уставном капитале предприятия; служит источником пополнения государственного бюджета.

В соответствии с первой функцией прибыль характеризует результат деятельности хозяйствующего субъекта. Прибыль представляет собой итог его деятельности, который зависит от уровня себестоимости, качества и количества выпускаемой продукции, производительности труда, степени использования производственных фондов, организации управления, материально-технического снабжения и прочих доходов, а главное – от того, насколько эта продукция удовлетворяет потребности потребителя, то есть имеет ли она спрос. Величина прибыли складывается под воздействием многих факторов и отражает практически все стороны деятельности хозяйствующего субъекта. Наряду с оценочной функцией прибыль выполняет функцию стимулирования. Стимулирующая функция прибыли проявляется не только в направлении части ее на экономическое стимулирование, а связана со всем процессом формирования, распределения и использования прибыли. При этом прибыль служит как бы «узлом» взаимоувязки интересов общества, организации и отдельных работников.

Еще одной функцией прибыли является воспроизводственная функция, в которой она выступает как один из основных источников ресурсов расширенного воспроизводства. Раскрытие экономической природы прибыли, объективных общеэкономических закономерностей и предпосылок ее образования и существования необходимо, но недостаточно для понимания механизма формирования прибыли корпораций в современных условиях.

Таким образом, финансовые результаты – это системное понятие, которое отражает совместный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли и чистой прибыли.

1.2 Методика анализа финансового результата

В условиях постоянной конкурентной борьбы и стремления компаний различных организационно-правовых форм собственности к увеличению прибыли анализ доходов и расходов функционирования предприятия выступает в качестве обязательной функцией управления компанией. Данная функция управления фирмой становится крайне значимой в современных экономических условиях, поскольку практический опыт работы предприятий в рыночных условиях показывает, что без постоянной оценки доходов и расходов предприятию сложно рационально достигать собственных стратегических целей и задач [27, с. 82].

В связи с этим значительная роль в ходе управления финансовыми результатами отводится именно их экономической оценке и анализу.

Оценка финансовых результатов выступает в качестве способа аккумуляции, изучения и использования данных финансовой учета и отчетности, с целью:

- оценки текущего и перспективного финансового состояния предприятия, то есть степени эффективности использования собственных и привлеченных источников финансирования деятельности;

- обоснование ожидаемых и достаточных темпов развития предприятия с точки зрения рационального обеспечения их собственными источниками;

- выявления доступных источников финансирования, оценки рациональных способов их использования и привлечения;

- прогноза и планирования будущего положения компании на товарном и финансовом рынке [8, с. 38].

Оценка формирования результатов деятельности предприятия осуществляется при помощи использования разного вида моделей, которые позволяют выявлять и изучать взаимосвязи между базовыми показателями.

Выделяют три основных модели оценки доходов и расходов: дескриптивные; предикативные; нормативные [48, с. 18].

Дескриптивные модели, или модели описательного типа, выступают в качестве основных, как в целях оценки финансовых результатов, так и в целях проведения анализа финансового положения предприятия.

К ним можно отнести: формирование агрегированных бухгалтерских балансов; представление финансовых отчетов в разнообразных аналитических видах; анализ динамики и структуры основных отчетных показателей; проведение коэффициентного и факторного анализа; формирования аналитических записок к финансовым отчетам [23, с. 272].

Предикативные модели выступают в качестве прогностических. Данные модели используют в целях планирования сумм доходов и расходов организации, его планируемого финансового состояния.

Самыми распространенными из них являются: определение точки критического объема реализации (оценка безубыточности, запаса финансовой прочности); формирования прогнозной финансовой отчетности; динамический анализ; ситуационный анализ [17, с. 70].

Нормативные модели представляют собой модели, используемые в целях сопоставления фактических показателей функционирования организаций с плановыми значениями.

Данные модели используют, чаще всего, при проведении внутреннего финансового анализа. Сущность данных моделей заключается в установлении нормативных значений для каждой статьи расходов или доходов, видов продукции и изучения причин отклонений фактических данных от их запланированного размера [38, с. 618].

В современных экономических условиях наиболее приемлемыми для анализа являются дескриптивные модели. Все указанные выше модели основываются на данных финансовой отчетности предприятия.

Выделяют шесть базовых методов проведения анализа финансового состояния предприятия, в том числе и оценки доходов и расходов:

– горизонтальный анализ, который заключается в сопоставлении каждого показателя с его значением в предыдущем периоде. Данный анализ основывается на оценки динамики конкретных отчетных показателей в определенном временном промежутке [26, с. 49];

– вертикальный анализ (анализ структуры), заключается в определение удельных весов отдельных показателей в итоговой сумме, которая принимается за 100%. Также данный вид анализа подразумевает изучения воздействия каждой статьи на итоговый результат;

– трендовый анализ, заключается в сопоставлении отдельных статей финансовых отчетов с показателями прошлых периодов и расчета тренда. Под трендом понимается основная тенденция изменения показателя, очищенной от случайных воздействий и специфических особенностей отдельных периодов. При помощи тренда прогнозируют предполагаемые значения показателей, и, таким образом, производится прогнозный анализ перспективного финансового состояния предприятия [4, с. 35];

– сравнительный (пространственный) анализ. Данный вид анализа, представляет собой, с одной стороны, оценку показателей финансовых зависимых компаний, а с другой – сравнение с показателями конкурирующих фирм, показателями отрасли и т. д.;

– факторный анализ, который представляет собой оценку воздействия разнообразных факторов (причин) на итоговый показатель [4, с. 36].

Факторный анализ может быть проведен прямым способом, когда итоговый показатель делят на элементы, и обратным методом, когда его составные части объединяются в обобщающий показатель. Факторный анализ дает возможность пользователям информации получить детализированную оценку финансового положения компании;

– анализ относительных показателей (коэффициентов). Данный вид анализа предполагает определения соотношения между конкретными статьями финансовых отчетов, выявление взаимосвязи между ними.

Финансовые коэффициенты выступают в качестве относительных показателей функционирования организации и выражают взаимосвязь между двумя параметрами. В целях анализа текущего финансового состояния организации используют перечень коэффициентов, которые сопоставляют с нормативными или средними показателями работы аналогичных компаний, функционирующих в отрасли. Показатели, которые выходят за пределы нормативов, характеризуют «слабые места» организации [30, с. 35].

Источником данных для проведения оценки финансовых коэффициентов выступает финансовая отчетность компании.

При оценке финансовых коэффициентов важно учитывать следующие моменты:

– на размер финансовых показателей большое воздействие оказывают параметры учетной политики фирмы;

– диверсификация видов деятельности предприятия делает проблемным проведение сравнительного анализа показателями по сферам бизнеса, так как нормативы могут значительно отличаться для разных отраслей экономики;

– нормативы, избранные в качестве основных для сопоставления, не всегда могут быть оптимальными, и могут не соответствовать краткосрочным целям анализируемого временного интервала [22, с. 49].

Главными элементами оценки финансовых итогов функционирования компании являются:

1. Проведение динамической оценки абсолютных и относительных показателей итогов работы предприятия;

2. Проведение факторного анализа прибыли от продажи продукции (выполнения работ, оказания услуг);

3. Проведение анализа результатов от прочих, побочных видов деятельности компании;

4. Проведение анализа и оценки использования прибыли, после уплаты обязательных платежей в пользу государства;

5. Поиск и оценка существующих резервов увеличения абсолютных и относительных показателей финансовых результатов на основании рационализации объемов выпуска продукции и затрат на ее производство;

6. Проведение анализа взаимосвязи расходов, объема выпуска (реализации) продукции и прибыли;

7. Формирование мер по эффективному использованию обнаруженных резервов роста [42, с. 69].

Рассмотрим общие и специфические особенности анализа и оценки финансовых результатов фирмы.

Общей особенностью анализа доходов и расходов предприятия является, то, что оценку необходимо начать с проведения динамического анализа размера и состава финансовых результатов.

Базовым моментом в определении значений прибыли является оборот компании по продаже товаров (продукции, работ, услуг).

Любые изменения в объеме продаже продукции оказывают большое воздействие на итоговые результаты функционирования компании, в связи с этим финансовым подразделениям компании необходимо проводить оперативный анализ объемов продажи товаров и продукции ежедневно [46, с. 125].

Еще одной общей особенностью анализа доходов и расходов является то, что в качестве теоретической базы его проведения выступает традиционная для предприятий любых организационно-правовых форм собственности, модель финансового механизма работы предприятия, которая основывается на обложении налогами размера прибыли в пользу государства, и являющаяся единой схемой формирования и распределения прибыли организаций [12, с. 119].

Базовыми источниками данных для проведения оценки финансовых результатов выступает финансовая отчетность: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении капитала, отчет о движении денежных средств. Помимо этого, для целей анализа используют информацию финансового планирования и бухгалтерского учета [43, с. 95].

Специфической особенностью анализа доходов и расходов предприятий сферы обслуживания, к которым относится исследуемая в работе организация, является то, что прибыль от продажи товаров и оказания находится в зависимости от таких факторов как: объем оказанных услуг, их структура, издержки обращения и уровень средних цен реализации.

Помимо абсолютных показателей, характеризующих доходы и расходы предприятия, используют также и относительные, представленные различными показателями рентабельности.

Показатели рентабельности описывают степень эффективности функционирования компании в целом, прибыльность разных видов ее деятельности (продажа товаров, выпуск продукции, оказания услуг), степень окупаемости расходов и т.д. Они в большей степени по сравнению с прибылью от продаж, характеризуют итоги функционирования, поскольку их размер отражает соотношение эффекта с имеющимися или потребленными ресурсами. Показатели рентабельности применяют в целях анализа работы компании и в качестве инструмента, для формирования политики в области инвестиций и ценовой политики [47, с. 69].

Коэффициенты рентабельности делятся на несколько типов (рисунок 1.2).

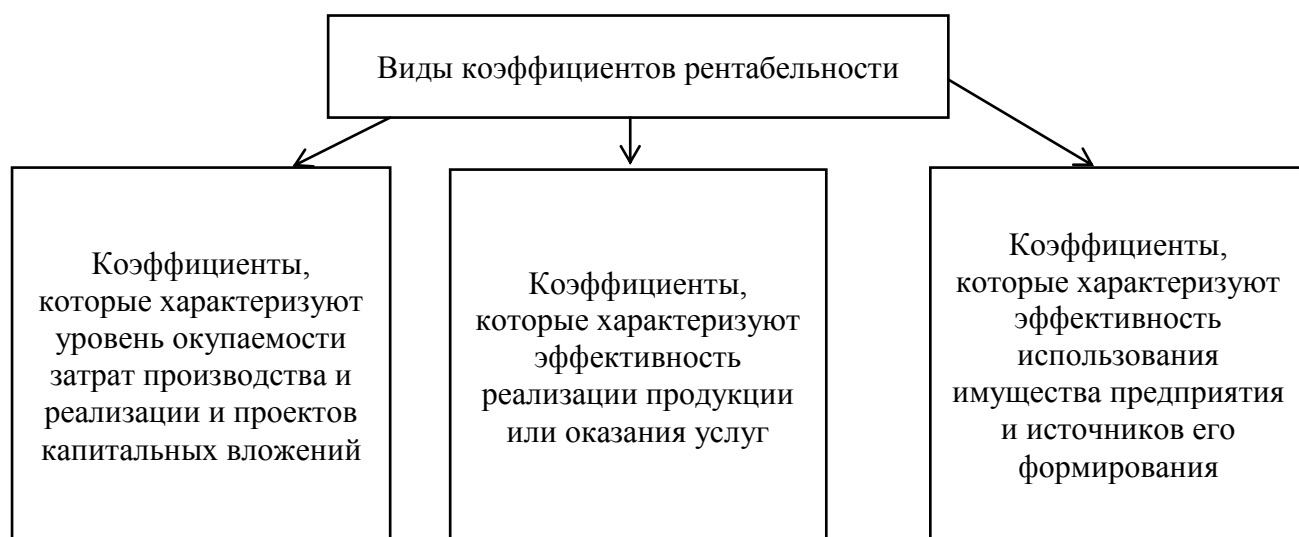


Рисунок 1.2 – Виды коэффициентов рентабельности

Все коэффициенты рентабельности могут быть рассчитаны на основании показателей прибыли до налогообложения, прибыли от продажи товаров и услуг или нераспределенной прибыли [50, с. 78].

Уровень рентабельности характеризует размер прибыли, которую компания получает с каждого рубля, инвестированного в процесс производства и продажи товаров, оказания услуг. Он может быть рассчитан по предприятию, конкретным подразделениям или видам оказываемых услуг, реализуемых товаров и т.д.

Подобным способом рассчитывается и уровень окупаемости капитальных вложений: фактический или прогнозируемый размер прибыли от вложений делится на сумму осуществленных вложений в анализируемый проект.

В ходе оценке необходимо проанализировать динамику рассчитанных коэффициентов рентабельности, определить выполнение плана по их уровню и провести сравнения со среднеотраслевыми значениями.

Рентабельность производственной деятельности (уровень окупаемости расходов), определенный в целом по организации, находится в зависимости от следующих факторов: структуры реализации, себестоимости реализации и среднереализационных цен [24, с. 509].

Определение воздействия перечисленных факторов на изменение рентабельности в целом по организации можно произвести с использованием способа цепной подстановки.

Далее проводят факторный анализ рентабельности в размере основных видов продукции, работ, услуг [39, с. 58]. В процессе анализа также необходимо выяснить за счет влияния, каких факторов произошло изменение себестоимости единицы продукции и сходным образом рассчитать степень их влияния на рентабельность. Расчеты производятся в разрезе каждого вида реализованной продукции, что дает возможность для получения более точной оценки работы предприятия и выявления необходимых резервов увеличения рентабельности в изучаемой организации. Оценка рентабельности хозяйственной деятельности производится на основании расчета нижеследующих коэффициентов.

Рентабельность издержек рассчитывается ($R_{и}$) по следующей формуле:

$$R_{и} = \frac{\text{ПП}}{\text{СС}}, \quad (1)$$

где ПП – прибыль от продаж, тыс. руб.

СС – себестоимость продукции.

Рентабельность оборота ($R_{о}$) рассчитывается по следующей формуле:

$$R_{о} = \frac{\text{ПН}}{\text{В}}, \quad (2)$$

где ПН – размер прибыли до налогообложения, тыс. руб.;

В – размер выручки от реализации, тыс. руб.

Норма прибыли (коммерческая маржа) ($H_{пр}$) рассчитывается по следующей формуле:

$$H_{пр} = \frac{\text{ЧП}}{\text{В}}, \quad (3)$$

где ЧП – размер чистой (нераспределенной) прибыли, тыс. руб. [40, с. 45].

Оценка рентабельности использования капитала (активов) предприятия производится по нижеследующим формулам.

Рентабельность использования активов ($R_{иа}$) рассчитывается по следующей формуле:

$$R_{иа} = \frac{\text{ПП}}{\text{ВБ}}, \quad (4)$$

где ВБ – валюта баланса.

Экономическая рентабельность ($R_{э}$) рассчитывается следующим образом:

$$R_{э} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВБ}}. \quad (5)$$

Финансовая рентабельность ($R_{ф}$) рассчитывается по следующей формуле:

$$R_{ф} = \frac{\text{ЧП}}{\text{СК}}. \quad (6)$$

Рентабельность совокупных вложений ($R_{св}$) рассчитывается следующим образом:

$$R_{\text{св}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЗК}}. \quad (7)$$

Степень эффективности деятельности по производству, рассчитанная в общем, находится в зависимости от нескольких факторов: структуры продукции, затрат на производство и средних цен [29, с. 157].

Факторная модель данного коэффициента может быть представлена в виде:

$$R = \frac{\text{ВП} \times \text{УД} \times \text{Ц}_{\text{ед}}}{\text{ВП} \times \text{УД} \times \text{З}_{\text{ед}}} \quad (8)$$

где R - общий уровень рентабельности;

ВП - выпуск продукции;

УД – удельный вес конкретного вида продукции;

Ц – цена единицы продукции;

З_{ед} – затраты на единицу продукции.

Определения воздействия основных факторов на изменение рентабельности в общем по организации может быть произведен при использовании способа цепных подстановок.

В данной выпускной квалификационной работе анализ финансовых результатов будет проведен по следующему алгоритму (рисунок 1.3).

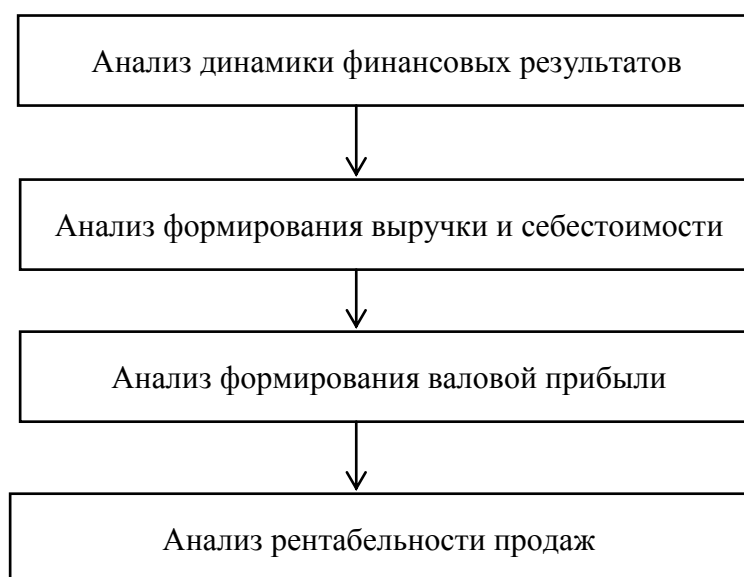


Рисунок 1.3 – Алгоритм анализа финансового результата

Таким образом, по итогам использования данной методики, возможно обеспечение аппарата управления фирмой информацией, которая позволит дать объективную оценку результатам финансового функционирования фирмы в разных областях своей деятельности за анализируемый период в сравнении с прошлыми периодами, оценить степень выполнения плановых показателей, результаты деятельности конкурентов; изучить факторы, повлиявшие на динамику результатов.

1.3 Основные пути увеличения финансовых результатов предприятия

Значение, которое имеет рост прибыли, в условиях нашего бизнеса очень велико. Производители товаров стремятся к ее увеличению, поэтому ориентируются на рост количества сегментов товара, который нужен потребителю и уменьшение затрат для его выпуска. Для каждой организации обычно предусматриваются плановые действия, которые за собой неминуемо должны повлечь увеличение прибыли предприятия. Такие действия нередко обладают разноплановым характером, в частности, могут представлять собой [34, с.80]:

- прирост количества и качества выпускаемого товара;
- передача в аренду оборудования или же других материальных активов предприятия или продажа их;
- рациональное использование материалов, мощностей и рабочих площадей, а также рабочего времени и силы для снижения себестоимости товара;
- анализ диверсификации производства;
- увеличение рынка продаж;
- снижение производственных затрат и увеличение производительности;
- уничтожение потерь и расходов, не относящихся к производству;
- поднятие производства на новый технический уровень.

Если соперничество с конкурентами достаточно хорошо развито, выпуск товаров обеспечивает удовлетворение потребителей и, соответственно, основную цель предпринимательства. При этом, монопольное положение производителей и экономическая нестабильность формируют прибыль, не в результате увеличения дохода, а в следствие повышения цен.

Доходом от продаж считается разность между товарной выручкой и настоящей его себестоимостью товара.

Следовательно, мероприятия по увеличению прибыли предприятия могут идти по таким путям, как:

- понижение себестоимости;
- повышение объема продажи (то есть, собственно, выручки).

При обычном уменьшении затрат сокращаются и объемы продаж, но при этом неизменно сокращается и рост дохода. Чтобы увеличить заработки, нужно больше продавать, следя за постоянным уменьшением себестоимости.

Для предприятия уменьшение затрат – это объективная деятельность, поскольку она влияет не только на рост прибыли, но и на конкурентоспособность, которая заставляет снижать в определенных обстоятельствах ценовое значение. На многих предприятиях для влияния на прибыль целесообразно вовремя осваивать и налаживать выпуск нового ассортимента продукции [33, с.85].

Факторы, оказывающие влияние на рост финансовых результатов представлены на рисунке 1.4.

К факторам, имеющим особое влияние на уменьшение затрат можно отнести:

- стремление к максимальной трудовой производительности;
- повышение оборачиваемость не только средств, но и их источников;
- изучение постоянных и переменных расходов;
- анализ собственных и заемных средств и капитала предприятия в целом;
- ведение и тщательное изучение управленческого учета, а также и совершенствование управления бюджетом;
- управление затратами и их эффективностью;

- уменьшение склада запасов;
- ликвидация непроизводительных затрат и других потерь [11, с.102].



Рисунок 1.4 – Факторы, оказывающие изменение на рост финансовых результатов

К факторам увеличения выручки и роста продаж можно отнести:

- увеличение гибкости производства: расширение объема, изучение ассортимента и т. п.;
- соблюдение условий договоров;
- повышение эффективности процессов ценообразования;
- повышение качества изготовления;
- пересмотр кредитной политики;
- завоевание новых сегментов на рынке;
- расширение количества дилеров;
- повышение эффективности реализации.

Основные методы влияния на прибыль предприятия – оптимизация планирования ее величины, достижения минимальной запланированной прибыли и ее распределение в соответствии с эффективной предпринимательской деятельностью [31, с.80].

Для того, чтобы бизнес становился все более прибыльным, нуждаясь при этом как можно в меньшем количестве вложений, нужно серьезно заниматься его развитием. Резервы, пути, способы увеличения прибыли и рентабельности существуют разные, но наиболее долговременный и эффективный результат достигается путем увеличения объема продаж.

На каждом из предприятий применяют и разрабатывают свою стратегию прироста прибыли, а большинство из них предпочитают уменьшать расходы и наращивать продажи. Данный способ в наши дни не является самым действенным, поскольку на данный момент уменьшить стоимость продукции, не отразив изменений на ее качестве, довольно сложно. Цены постоянно повышаются не только у поставщиков, но и у транспортных компаний, поэтому проще всего – временно уменьшить управленческие расходы. Чтобы предприятие достигло максимально возможной эффективности, понадобится выполнить все возможные меры в комплексе, что и приведет к росту продаж.

Следует учитывать, что снижение затрат далеко не всегда способствует росту прибыли. Ведь, среди всего прочего, они могут предназначаться и для производства, упаковки или доставки продукта. При обычном сокращении затрат сокращаются и объемы продаж, но при этом неизменно сокращается и рост дохода. Чтобы увеличить заработки, нужно больше продавать, следя за постоянным уменьшением себестоимости (а это значит, максимизировать себестоимость каждого возвращаемого рубля) [13, с.15].

Опытные специалисты предостерегают, что снижение цен, предназначенное для кажущегося роста продаж, может привести весь бизнес к краху. Кроме того, нежелательно пренебрегать улучшениями товара, руководствуясь их кажущейся незначительностью. Цикл мелких нововведений, проведенных в направлении улучшения товара, может довольно заметно увеличить продажи вашего предприятия.

Очень полезным бывает привлечение к увеличению прибыли наемных работников. Им необходимо ясно продемонстрировать, что их личное

благополучие напрямую зависит от прибыли компании. Для этого, например, к их денежной премии или даже к зарплате можно приплюсовывать определенный процент от выручки, полученной предприятием.

Хорошо действуют на прибыль от торговли приемы, предназначенные для экономии всех видов ресурсов. В данном случае положительная динамика достигается вследствие роста производительности труда и его трудоемкости. Наиболее эффективным методом считается автоматизация или механизация производственных процессов, а также внедрение в производство новейших технологий. Однако, следует помнить, что одновременно с модернизацией техники параллельно следует заботиться и об организации трудовых процессов.

Управление предприятием необходимо тщательно контролировать, постоянно находясь в поиске способов реорганизации собственной работы. Хороший руководитель непременно стремится к более быстрому выполнению своей работы, одновременно сокращая свои собственные издержки. Каждый предмет издержек следует тщательно проанализировать на предмет его сокращения или даже полной ликвидации [9, с.88].

На реализацию эффективного управления прибылью обычно направлена вся основная предпринимательская деятельность. Как увеличить прибыль магазина важно и для того, чтобы увеличить его платежеспособность и, при необходимости, ликвидность.

Сотрудникам компании необходимо продемонстрировать, что их личное благополучие напрямую зависит от прибыли компании.

Суть политики, направленной на прибыль предприятия заключается в том, что полученные результаты следует внимательно анализировать с финансовой точки зрения, а именно:

- взаимосвязи выручки, затрат и фактической прибыли;
- оценки взаимосвязи кассы с прибылью;
- различных видов прибыли и анализа ее в зависимости от рентабельности разных видов товаров;

- оптимизации затрат при расчете себестоимости, включая управленческие и коммерческие расходы предприятия;
- маржинального подсчета результатов (по всем коэффициентам);
- структуры общего капитала и зависящих от нее финансовых рычагов, а также их влияние на уровень рентабельности средств (формула Дюпона), а впоследствии — по той же формуле и расчет оборачиваемости собственных средств;
- оценка прибыли для каждой из отдельных акций общества [20, с.202].

Таким образом, прибыль выступает важнейшим показателем эффективности, финансовым результатом любой хозяйственной деятельности, главный показатель оценки деятельности предприятий на базе показателей рентабельности, в виде отношения прибыли к выручке, себестоимости, активам или собственным средствам. Также прибыль является главным источником собственных средств любого предприятия как для текущей деятельности (чистые активы), так и для развития производства (инвестиции) и других собственных нужд. Достижение высоких результатов работы предприятия предполагает управление процессом формирования, распределения и использования прибыли. Поскольку прибыль от реализации продукции занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли, то анализ факторов, ее определяющих, имеет значение для выявления резервов роста всей балансовой прибыли. При стабильных экономических условиях хозяйствования основной путь увеличения прибыли от реализации продукции состоит в снижении себестоимости затрат. Резервом увеличения балансовой прибыли, может быть, прибыль, полученная от реализации основных фондов и иного имущества предприятия.

Вывод по разделу один

Финансовый результат – обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на

определенных стадиях (этапах) его формирования. Финансовый результат деятельности организации служит своего рода показателем значимости данной организации в народном хозяйстве.

Оценка финансовых результатов выступает в качестве способа аккумуляции, изучения и использования данных финансовой учета и отчетности, с целью: оценки текущего и перспективного финансового состояния предприятия, то есть степени эффективности использования собственных и привлеченных источников финансирования деятельности; обоснование ожидаемых и достаточных темпов развития предприятия с точки зрения рационального обеспечения их собственными источниками; выявления доступных источников финансирования, оценки рациональных способов их использования и привлечения; прогноза и планирования будущего положения компании на товарном и финансовом рынке.

Для каждой организации обычно предусматриваются плановые действия, которые за собой неминуемо должны повлечь увеличение прибыли предприятия. Такие действия нередко обладают разноплановым характером, в частности, могут представлять собой прирост количества и качества выпускаемого товара; передача в аренду оборудования или же других материальных активов предприятия или продажа их; рациональное использование материалов, мощностей и рабочих площадей, а также рабочего времени и силы для снижения себестоимости товара; анализ диверсификации производства; увеличение рынка продаж; снижение производственных затрат и увеличение производительности; уничтожение потерь и расходов, не относящихся к производству; поднятие производства на новый технический уровень.

2 АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ООО «АРАБЕСКИ»

2.1 Анализ структуры и динамики доходов и расходов в ООО «Арабески»

Объектом исследования в работе выступает ООО «Арабески», основным видом деятельности которого является организация торжественных мероприятий.

Компания специализируется на разработке, организации и проведении специальных событий и промо-акций, корпоративных и частных мероприятий. Компания предоставляет полный комплекс услуг для организации и проведения мероприятия любого масштаба.

Основными видами деятельности предприятия являются:

- услуги по организации торжественных мероприятий;
- услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий;
- услуги по оформлению торжественных мероприятий;
- услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий.

Показатели финансовых результатов предприятия ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. (приложение Б, приложение В) представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Оценка финансовых результатов ООО «Арабески», тыс. руб.

Наименование	2014 год	2015 год	2016 год	Изменения (+/-)			
				2015 / 2014		2016 / 2015	
				тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Выручка от продаж	4 586	5 462	7 141	876	19,11	1 679	30,74
Себестоимость	3 587	4 526	5 877	939	26,17	1 351	29,85
Прибыль от продаж	999	936	1 264	-63	-6,30	328	35,04
Проценты к получению	10	10	10	0	0,00	0	0,00
Проценты к уплате	123	145	178	22	17,88	33	22,76
Прочие доходы	70	80	65	10	14,28	-15	-18,75
Прочие расходы	25	88	70	63	252,0	-18	-20,45
Прибыль до налогообложения	931	793	1 091	-138	-14,82	298	37,57
Налог на прибыль	186	158	218	-28	-15,05	60	37,97
Чистая прибыль	745	635	873	-110	-14,76	238	37,48

Представим полученные данные на рисунке 2.1, 2.2, 2.3.

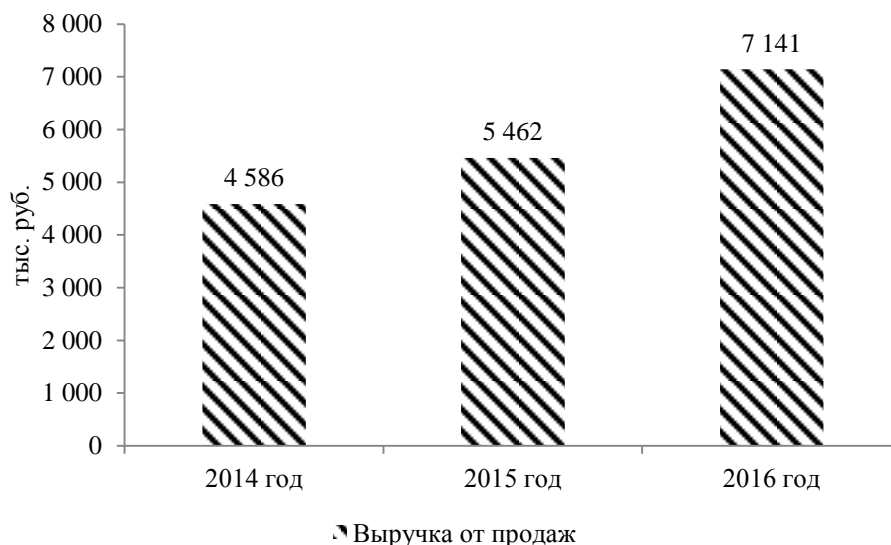


Рисунок 2.1 – Динамика выручки от продаж ООО «Арабески» за 2014-2016 гг.

Выручка от продаж ООО «Арабески» выросла в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 876 тыс. руб. (на 19,11%), а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 1 679 тыс. руб. (30,74%).

Себестоимость продаж в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 939 тыс. руб., а в 2016 г. на 1 351 тыс. руб. или на 26,17% и 29,85% соответственно.

Прибыль от продаж в 2014 г. составила 999 тыс. руб., в 2015 г. сократилась на 6,30%, а в 2016 г. выросла на 35,04% и составила 1 264 тыс. руб.

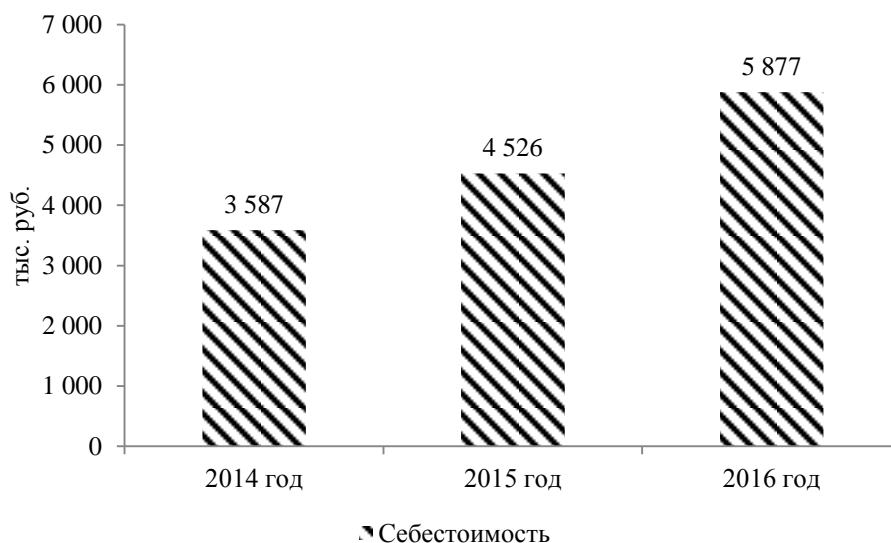


Рисунок 2.2 – Динамика себестоимости ООО «Арабески» за 2014-2016 гг.

Прочие доходы выросли на 10 тыс. руб. и сократились на 15 тыс. руб. в 2015 г. и в 2016 г. соответственно. Прочие расходы в 2014 г. составили 25 тыс. руб., в 2015 г. увеличились на 63 руб., а в 2016 г. снизились на 18 тыс. руб.

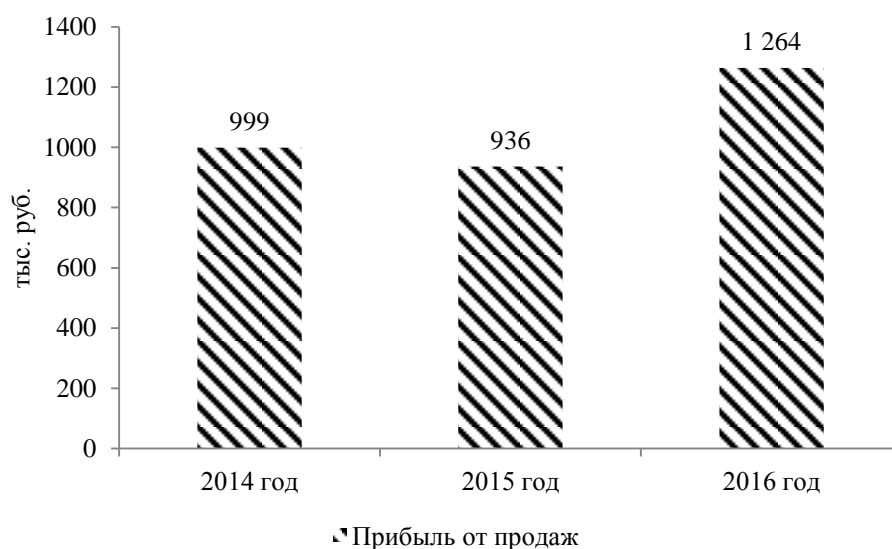


Рисунок 2.3 – Динамика прибыли от продаж ООО «Арабески» за 2014-2016 гг.

Прибыль до налогообложения (прибыль от обычной деятельности) в 2015 г. по сравнению с 2014 г. сократилась на 138 тыс. руб., а в 2016 г. выросла на 298 тыс. руб. или на -14,82% и 37,57% соответственно (рисунок 2.5).

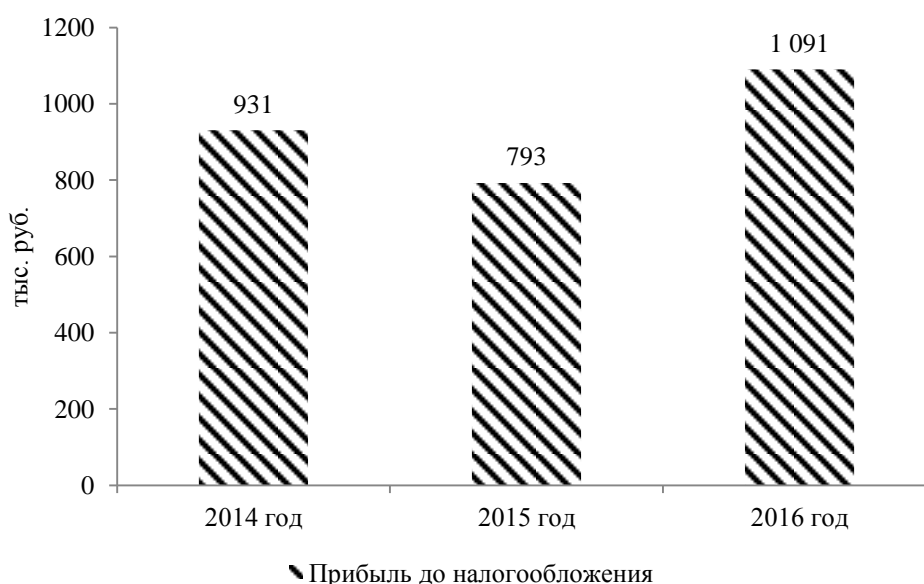


Рисунок 2.4 – Динамика прибыли до налогообложения ООО «Арабески» за 2014-2016 гг.

Чистая прибыль предприятия в 2014 г. составила 745 тыс. руб., в 2015 г. – 635 тыс. руб., в 2016 г. – 873 тыс. руб. (рисунок 2.5). Это свидетельствует о некотором увеличении эффективности деятельности организации ООО «Арабески».

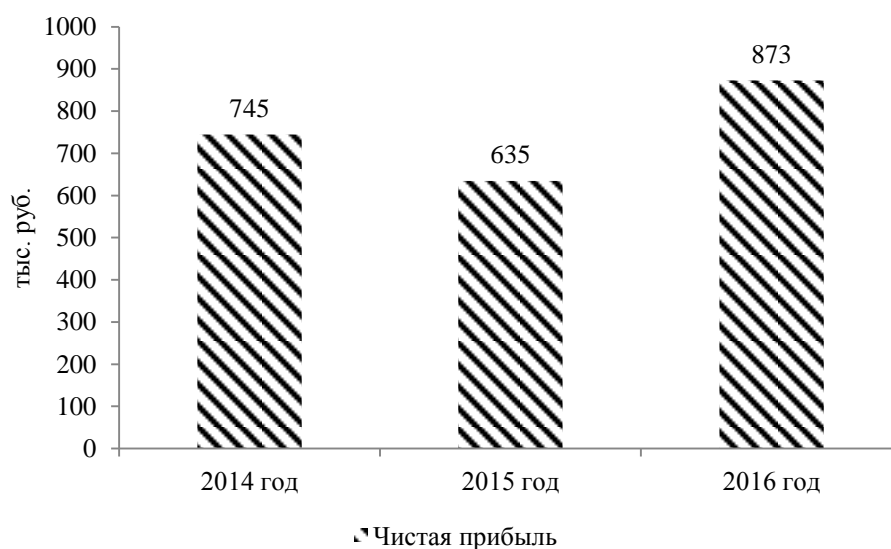


Рисунок 2.5 – Динамика чистой прибыли ООО «Арабески» за 2014-2016 гг.

Таким образом, анализ финансовых результатов ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. показывает увеличение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в следствие превышения темпов роста доходов над расходов, как от обычных видов деятельности, так и от прочих.

В целях более глубокого изучения предмета исследования проведем анализ формирования выручки от реализации в стоимостном выражении (таблица 2.2).

Таблица 2.2 – Анализ формирования выручки ООО «Арабески», тыс. руб.

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	1 415	1 652	2 245	237	593
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	1 245	1 456	2 166	211	710
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	1 380	1 578	1 778	198	200

Окончание таблицы 2.2

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	546	776	952	230	176
Итого	4 586	5 462	7 141	876	1 679

Динамика показателей, формирующих выручку от продаж ООО «Арабески» представлена графически на рисунке 2.6.



Рисунок 2.6 – Динамика показателей, формирующих выручку от продаж

Общая сумма выручки от продажи ООО «Арабески» в 2015 г. по сравнению с 2014 г. выросла на 876 тыс. руб., а в 2016 г. – на 1 679 тыс. руб. В 2015 г. и 2016 г. увеличение выручки от реализации произошло по всем видам услуг.

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. наибольшее увеличение произошло в части реализации услуг по организации торжественных мероприятий, а наименьшее в части услуг по оформлению. В 2016 г. наибольший рост произошел в части услуг по выездному обслуживанию.

Анализ структуры выручки от реализации по видам услуг представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Структура формирования выручки от реализации ООО «Арабески» по видам услуг, %

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	30,85	30,25	31,44	-0,61	1,19
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	27,15	26,66	30,33	-0,49	3,67
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	30,09	28,89	24,90	-1,20	-3,99
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	11,91	14,21	13,33	2,30	-0,88
Итого	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

В 2014 г. наибольшую долю выручки занимали услуги организации торжественных мероприятий (30,85%) и по их оформлению (30,09%). Услуги по выездному обслуживанию и фото съемке занимали 27,15% и 11,91% соответственно.

В 2015 г. доля оказания услуг по организации мероприятий снизилась на 0,61%, а по оформлению – на 1,20%. Также сокращения достигла доля оказания услуг по выездному обслуживанию (0,49%).

В 2015 г. доля услуг по оформлению снизилась на 3,99% и составила 24,90%, доля по выездному обслуживанию выросла на 3,67% и составила 30,33%. Доля услуг по организации мероприятий выросла до 31,44%, а услуг фото и видео съемки – до 13,33%.

Таким образом, структура оказанных услуг является неоднородной и зависит от меняющихся предпочтений потребителей.

Динамика показателей, характеризующих структуру выручки от продаж продукции ООО «Арабески» представлена графически на рисунке 2.7.

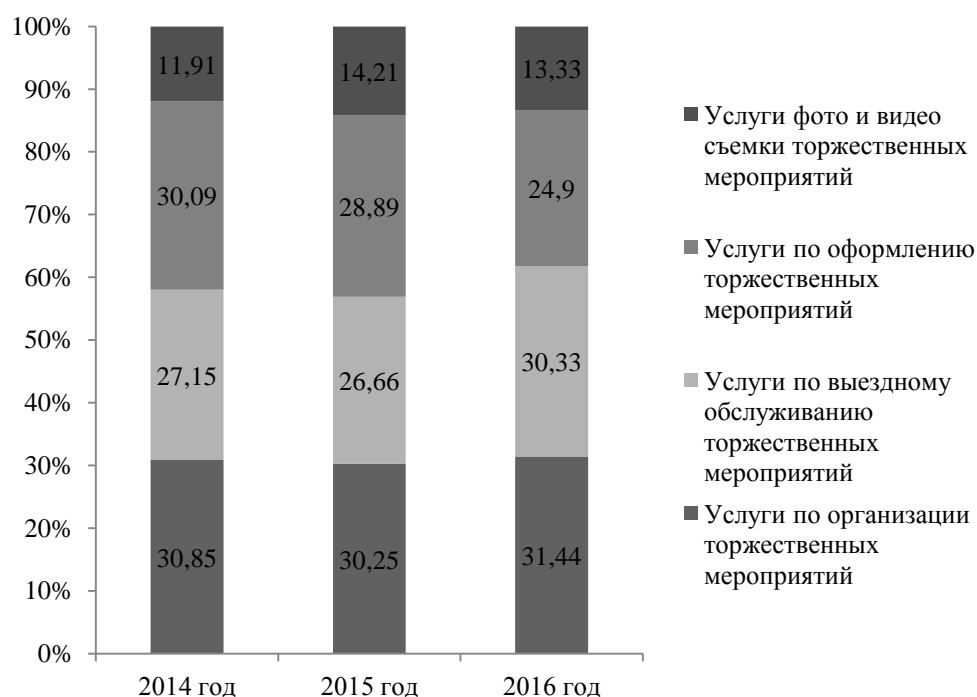


Рисунок 2.7 – Структура показателей, формирующих выручку от продаж продукции ООО «Арабески»

Анализ показателей, формирующих себестоимость услуг по видам, представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Анализ показателей, формирующих себестоимость услуг, тыс. руб.

Наименование вида продукции	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	1 028	1 325	1 788	297	463
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	1 012	1 302	1 906	290	604
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	1 144	1 208	1 452	64	244
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	403	691	731	288	40
Итого	3 587	4 526	5 877	939	1 351

В 2014 г. общий размер себестоимости оказанных услуг составил 3 587 тыс. руб., в 2015 г. он вырос на 939 тыс. руб., в 2016 г. – на 1 351 тыс. руб. При этом наибольшее увеличение в 2015 г. произошло в части оказания услуг по

организации мероприятий (297 тыс. руб.), а в 2015 г. в услуг по выездному обслуживанию. Увеличение себестоимости было вызвано в первую очередь увеличением закупочных цен на покупные товары, включаемые в себестоимость оказанных услуг. Динамика показателей, формирующих себестоимость услуг по видам, представлена графически на рисунке 2.8.



Рисунок 2.8 – Динамика показателей, формирующих себестоимость услуг по видам

Структура показателей, формирующих себестоимость услуг ООО «Арабески» по видам представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Структура показателей, формирующих себестоимость услуг ООО «Арабески» по видам, %

Наименование вида продукции	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	28,66	29,28	30,42	0,62	1,15
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	28,21	28,77	32,43	0,55	3,66
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	31,89	26,69	24,71	-5,20	-1,98
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	11,24	15,27	12,44	4,03	-2,83
Итого	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

В 2014 г. наибольшую долю себестоимости услуг ООО «Арабески» за все три анализируемых периода занимали услуги оформлению торжественных мероприятий – 31,89%, а наименьшую – услуги фото и видео съемки – 11,24%.

Структура показателей, формирующих себестоимость услуг ООО «Арабески» по видам представлена графически на рисунке 2.9.



Рисунок 2.9 – Структура показателей, формирующих себестоимость услуг ООО «Арабески» по видам

В 2015 г. наибольшую долю занимали услуги организации торжественных мероприятий, а в 2016 г. – услуги по выездному обслуживанию.

Как мы видим, структура, показателей формирующих себестоимость продукции также является неоднородной и зависит от таких факторов как объем продаж и закупочные цены на товары, используемые для оказания услуг.

Рассмотрим валовую прибыль по видам услуг ООО «Арабески» (таблица 2.6).

Таблица 2.6 – Анализ показателей, формирующих валовую прибыль ООО «Арабески» по видам услуг, тыс. руб.

Наименование вида продукции	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	387	327	457	-60	130
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	233	154	260	-79	106
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	236	370	326	134	-44
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	143	85	221	-58	136
Итого	999	936	1 264	-63	328

Представим динамику показателей, формирующих валовую прибыль ООО «Арабески» по видам услуг графически на рисунке 2.10.



Рисунок 2.10 – Динамика показателей, формирующих валовую прибыль ООО «Арабески» по видам услуг

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. валовая прибыль предприятия сократилась на 63 тыс. руб. за счет сокращения по таким показателям как услуг по организации

мероприятий на 60 тыс. руб., услуг по выездному обслуживанию – на 79 тыс. руб. и фото и видео съемки – на 58 тыс. руб. Валовая прибыль выросла только в части услуг по оформлению на 134 тыс. руб.

В 2016 г. увеличение валовой прибыли произошло по всем показателям за исключением услуг по оформлению, ее сокращение составило 44 тыс. руб. Наибольшее увеличение произошло в части услуг фото и видео съемки в размере 136 тыс. руб.

Рассмотрим структуру показателей, формирующих валовую прибыль ООО «Арабески» по видам услуг (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – Структура показателей, формирующих валовую прибыль ООО «Арабески» по видам услуг, %

Наименование вида продукции	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	38,74	34,94	36,16	-3,80	1,22
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	23,32	16,45	20,57	-6,87	4,12
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	23,62	39,53	25,79	15,91	-13,74
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	14,31	9,08	17,48	-5,23	8,40
Итого	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Наибольшую долю в валовой прибыли за все три периода занимала валовая прибыль от оказания услуг по организации мероприятий.

Наименьшую долю занимала валовая прибыль от услуг фото и видео съемки.

Представим структуру показателей, формирующих валовую прибыль предприятия ООО «Арабески» по видам продукции графически на рисунке 2.11.

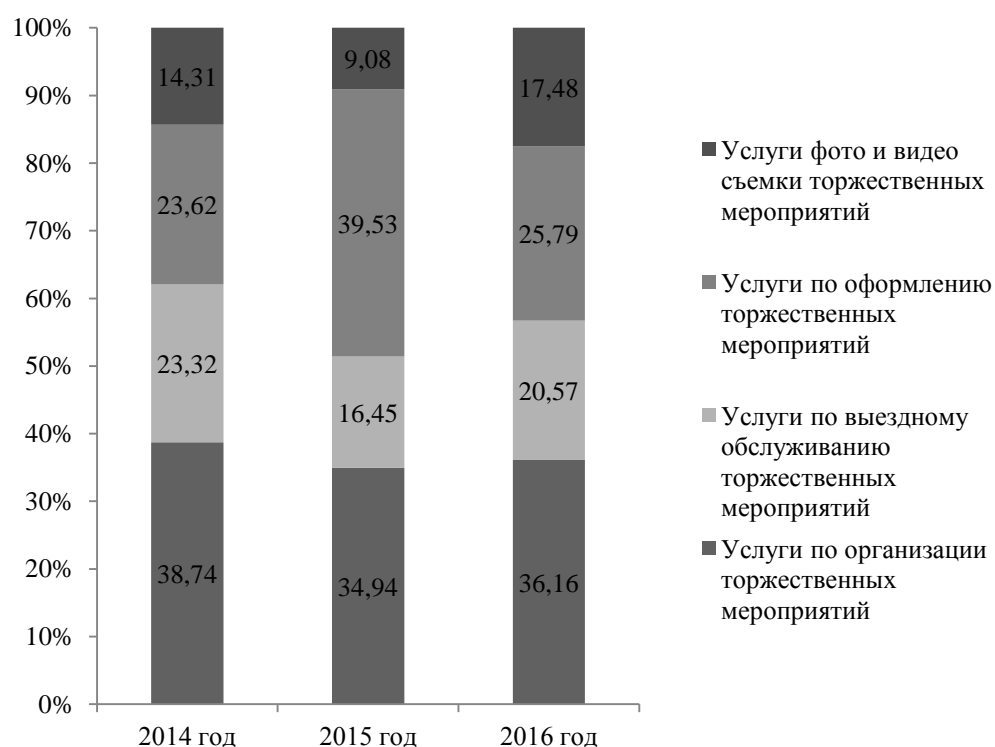


Рисунок 2.11 – Структура показателей, формирующих валовую прибыль

Таким образом, анализ финансовых результатов ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. показывает увеличение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в следствие превышения темпов роста доходов над расходов, как от обычных видов деятельности, так и от прочих. Структура выручки и себестоимости оказанных услуг является неоднородной и зависит от меняющихся предпочтений потребителей. Наиболее рентабельными по части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий.

2.2 Оценка формирования и использования финансовых результатов ООО «Арабески»

Далее проведем анализ рентабельности продаж по видам услуг на основании валовой прибыли (таблица 2.8).

Таблица 2.8 – Анализ рентабельности продаж по видам услуг на основании валовой прибыли ООО «Арабески» за 2014-2016 гг., %

Наименование вида продукции	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Услуги по организации торжественных мероприятий	27,35	19,79	20,36	-7,56	0,56
Услуги по выездному обслуживанию торжественных мероприятий	18,71	10,58	12,00	-8,14	1,43
Услуги по оформлению торжественных мероприятий	17,10	23,45	18,34	6,35	-5,11
Услуги фото и видео съемки торжественных мероприятий	26,19	10,95	23,21	-15,24	12,26
Итого	21,78	17,14	17,70	-4,65	0,56

Динамика показателей рентабельности продаж по видам услуг на основании валовой прибыли ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. представлена графически на рисунке 2.12.

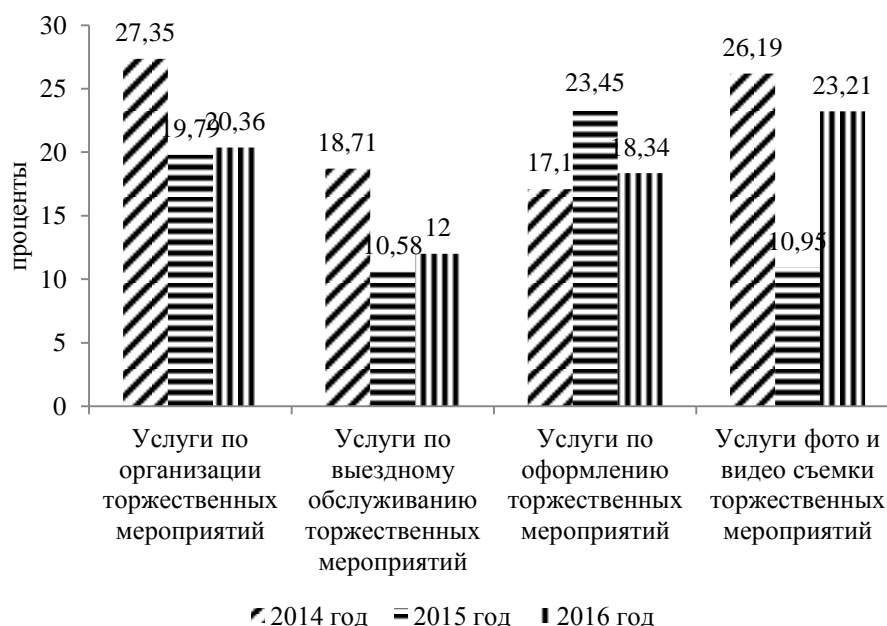


Рисунок 2.12 – Динамика рентабельности продаж по видам услуг предприятия ООО «Арабески», %

Наиболее рентабельными по части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий.

В 2014 г. рентабельность их продаж составила 27,35%, в 2015 г. – 19,79%, в 2016 г. – 20,39%.

Также высокой рентабельности достигли услуги фото и видео съемки – 26,19%, 10,95%, 23,21% за 2014 г., 2015 г. и 2016 г. соответственно.

Проведем анализ общих показателей рентабельности ООО «Арабески» (таблица 2.9).

Таблица 2.9 – Анализ рентабельности ООО «Арабески», %

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год
Рентабельность продаж	27,85	20,68	21,51
Рентабельность основной деятельности	21,78	17,14	17,70
Общая рентабельность	16,24	11,62	12,22

Динамика показателей рентабельности ООО «Арабески» представлена на рисунке 2.13.

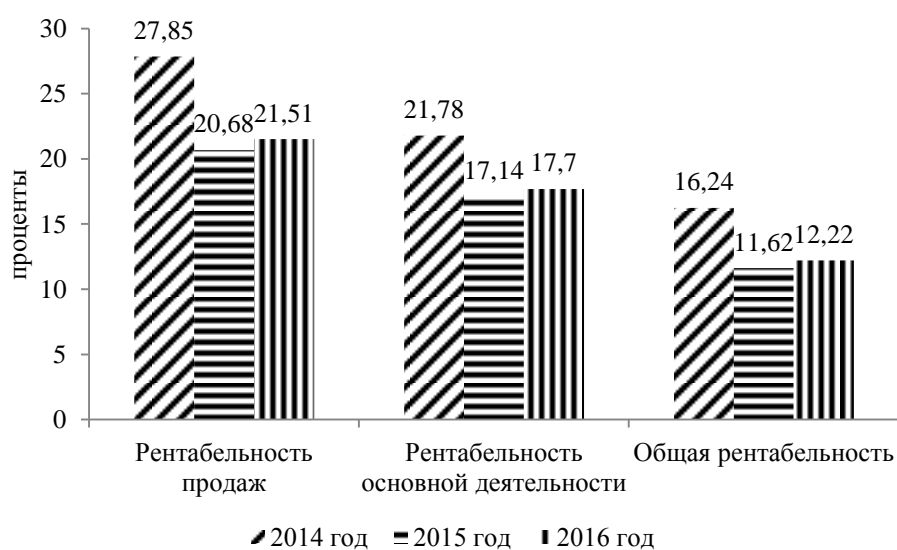


Рисунок 2.13 – Динамика показателей рентабельности предприятия ООО «Арабески»

Рентабельность издержек ООО «Арабески» в 2014 г. составила 27,85%, в 2015 г. снизилась до 20,68%, в 2016 г. выросла до 21,51%.

Сокращение рентабельности оборота в 2015 г. по сравнению с 2014 г. составило 4,64%., в 2016 г. по сравнению с 2015 г. она выросла на 0,56%.

Норма прибыли деятельности ООО «Арабески» в 2014 г. составила 16,24%, в 2015 г. сократилась до 11,62%, в 2016 г. выросла до 12,22%. Это говорит о некотором снижении эффективности деятельности предприятия.

Таким образом, анализ финансовых результатов ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. показывает увеличение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в следствие превышения темпов роста доходов над расходов, как от обычных видов деятельности, так и от прочих. Структура выручки и себестоимости оказанных услуг является неоднородной и зависит от меняющихся предпочтений потребителей. Наиболее рентабельными по части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий.

Однако несмотря на рост финансовых результатов в 2016 г. по сравнению с 2014 н. произошло снижение показателей рентабельности, что говорит о некотором падении эффективности деятельности предприятия ООО «Арабески».

Вывод по разделу два.

1. Объектом исследования в работе выступает ООО «Арабески», основным видом деятельности которого является организация торжественных мероприятий. Компания специализируется на разработке, организации и проведении специальных событий и промо-акций, корпоративных и частных мероприятий. Компания предоставляет полный комплекс услуг для организации и проведения мероприятия любого масштаба. Анализ финансовых результатов ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. показывает увеличение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в следствие превышения темпов роста доходов над расходов, как от обычных видов деятельности, так и от прочих. Структура выручки и себестоимости оказанных услуг является неоднородной и зависит от меняющихся предпочтений потребителей. Наиболее рентабельными по

части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий.

2. Наиболее рентабельными по части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий. В 2014 г. рентабельность их продаж составила 27,35%, в 2015 г. – 19,79%, в 2016 г. – 20,39%. Также высокой рентабельности достигли услуги фото и видео съемки –26,19%, 10,95%, 23,21% за 2014 г., 2015 г. и 2016 г. соответственно. Сокращение рентабельности оборота в 2015 г. по сравнению с 2014 г. составило 4,64%., в 2016 г. по сравнению с 2015 г. она выросла на 0,56%. Норма прибыли деятельности ООО «Арабески» в 2014 г. составила 16,24%, в 2015 г. сократилась до 11,62%, в 2016 г. выросла до 12,22%. Это говорит о некотором снижении эффективности деятельности предприятия. Рентабельность издержек ООО «Арабески» в 2014 г. составила 27,85%, в 2015 г. снизилась до 20,68%, в 2016 г. выросла до 21,51%. Однако, несмотря на рост финансовых результатов в 2016 г. по сравнению с 2014 г. произошло снижение показателей рентабельности, что говорит о некотором падении эффективности деятельности предприятия ООО «Арабески».

3 РАЗРАБОТКА И ОЦЕНКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ООО «АРАБЕСКИ»

3.1 Концепция увеличения финансового результата ООО «Арабески»

Как показал проведенный анализ, несмотря на рост финансовых результатов в 2016 г. по сравнению с 2014 г. произошло снижение показателей рентабельности, что говорит о некотором падении эффективности деятельности предприятия ООО «Арабески».

Прибыль играет одну из самых важных ролей в осуществлении деятельности предприятия и обеспечении интересов его собственников и персонала, т.к. является не только результатом, но и конечной целью предпринимательской деятельности.

Наряду с этим, основным фактором, определяющим рентабельность, является именно прибыль, поэтому имеет большое значение эффективность управления прибылью для повышения рентабельности.

Повышение прибыльности вызывает необходимость непрерывного и эффективного управления.

Процесс управления прибылью представляет выработку и принятие управленческих решений на этапах ее формирования, распределения, использования и планирования на предприятии.

Основной целью управления прибылью является максимизация доходов собственников в текущем и перспективном периоде. Данная цель призвана обеспечивать удовлетворение интересов не только собственников предприятия, но государства и персонала предприятия.

Для достижения этой цели требуется решение следующих задач:

1. Обеспечить максимизацию прибыли, которая соответствует ресурсным возможностям предприятия и рыночной конъюнктуре.

Реализация этой задачи возможна при оптимальном составе ресурсов предприятия и обеспечении их эффективного использования. При этом основными направлениями выступают максимизация использования ресурсного потенциала и существующая конъюнктура и финансового товарного рынков.

2. Обеспечить оптимальную пропорциональность между уровнем прибыли и допустимым уровнем риска. Эти два показателя прямо пропорциональны друг другу.

Допустимый уровень риска определяет выбор политики осуществления тех или иных видов деятельности (и в частности проведения отдельных хозяйственных операций) – агрессивную, умеренную (компромиссную) или консервативную. В соответствии с заданным уровнем риска процесс управления предполагает максимизацию соответствующей ему прибыли.

3. Обеспечить высокое качество формируемой прибыли.

В этой связи процесс формирования прибыли предполагает, в первую очередь, нахождение резервов роста дохода за счет реального инвестирования и операционной деятельности, которые обеспечивают основу развития предприятия в перспективе.

В рамках осуществления операционной деятельности основным направлением должно быть обеспечение роста прибыли за счет увеличения объема выпуска продукции и освоения перспективных новых ее видов.

4. Обеспечить выплату необходимых доходов на инвестированный собственникам предприятия капитал.

Уровень необходимых доходов при эффективной деятельности предприятия должен быть не ниже средней нормы доходности на рынке капитала, при необходимости возмещать повышенный предпринимательский риск, связанный со спецификой деятельности предприятия, а также инфляционные потери.

5. Обеспечить формирование достаточного объема финансовых ресурсов, в соответствии с поставленными задачами развития предприятия в будущем периоде, за счет прибыли.

Прибыль должна служить основным собственным источником финансовых ресурсов предприятия, ее объем показывает потенциальную возможность образования производственных фондов, резервного и других фондов, которые обеспечивают развитие предприятия в будущем. При этом основой самофинансирования предприятия должна быть именно прибыль.

6. Обеспечить постоянный рост рыночной стоимости предприятия. Данная задача своей целью имеет обеспечение максимального благосостояния собственников.

Темпы роста рыночной стоимости в большей степени зависят от уровня капитализации прибыли, которая получена предприятием в отчетном периоде. Предприятие, исходя из задач и условий собственной хозяйственной деятельности, определяет критерии оптимизации распределения прибыли на потребляемую и капитализируемую части.

7. Обеспечить эффективность программ участия персонала в прибыли. Такие программы призваны удовлетворять интересы собственников и наемных работников предприятия.

При этом, с одной стороны необходимо эффективно стимулировать труд работников в области формирования прибыли, а с другой стороны – обеспечить достаточно высокий уровень их социальной защиты.

Таким образом, одним из главных способов увеличения финансового результата предприятия является рост оказания услуг, так как прибыль предприятия связана с выручкой от продаж прямой пропорциональной зависимостью.

Однако, для того, чтобы воспользоваться данным резервом предприятию ООО «Арабески» необходимо будет либо расширять и внедрять дополнительные виды деятельности, либо повышать выпуск наиболее рентабельной продукции (то есть определить те виды продукции, которые приносят наибольший доход при наименьших затратах).

Именно это позволит предприятию снизить непроизводительные затраты, ввести режим экономии, повысить производительность труда, снизить себестоимость оказываемых услуг.

Все это позволит предприятию не только увеличить объемы реализации, но и сохранить позиции на конкурентном рынке, что обеспечит стабильное развитие предприятия.

В связи с этим предприятию рекомендуется расширение деятельности за счет покупки собственного оборудования для оформления помещений и праздников. В настоящее время предприятие оказывает данные услуги, но приобретает воздушные шары у сторонних предприятий.

Приобретение собственного оборудования даст возможность предприятию сократить расходы на покупку воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг.

Разноцветные шары, наполненные гелием, являются обязательным атрибутом, праздников, гуляний и т. д. Многие малыши, буквально требуют от родителей покупки шара. Да и взрослые, в большинстве случаев сами не прочь вспомнить детство.

Существует несколько способов заработка на воздушных шарах, которые можно использовать одновременно, чтобы увеличить доход компании:

1. Продажа. В праздничные или выходные дни можно заметить на площадях города и в парках людей, продающих воздушные шарики. Как правило, на каждой торговой точке присутствует большой ассортимент товара, и кроме традиционных латексных круглых изделий есть шарики из фольги с изображениями различных мультяшных героев.

К тому же сам продавец умеет делать интересных зверушек, что особенно нравится детям.

Проект такого формата организовать легче всего, необходимо лишь подыскать удачное место для торговли, приобрести большой ассортимент шаров, а также баллон с гелием и насос.

Следует учесть, что если использовать воздух для надувания изделий, а не гелий, то они не будут самостоятельно летать, и покупатели вряд ли захотят приобрести такой унылый шарик.

2. Оформление залов для торжеств. Данный способ заработка является наиболее выгодным и стабильным, т.к. торжества проводятся довольно часто, и к тому же на одном заказе можно заработать больше, чем за 1 день продажи латексных изделий на улице.

Прежде чем начать предлагать услуги оформления помещений, необходимо овладеть навыками аэродизайна, приобрести большое количество расходных материалов, несколько насосов и баллоны с гелием. Для привлечения клиентов следует создать каталог с фотографиями-примерами проделанных работ, чтобы заказчик знал, что именно умеют делать работники компании.

3. Печать на шариках. Сегодня печать является наиболее эффективной рекламой, поэтому многие компании используют различные изделия со своим логотипом или слоганом.

К тому же они часто заказывают воздушные шарики с печатью и раздают их своим клиентам, к примеру, в день открытия магазина. Чтобы начать предоставлять такую услугу, необходимо будет приобрести специальный принтер, посредством которого можно будет наносить печать на латексные изделия.

Для реализации данного мероприятия предприятию необходимо будет приобрести следующее оборудование (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Определение потребности в оборудовании

Наименование оборудования	Количество, ед.	Цена, тыс. руб.	Стоимость, тыс. руб.
Компрессор	1	7,0	7,0
Ручной двухходовой насос	2	1,0	2,0
Насадка дозатор гелия без манометра	2	5,0	10,0
Насадка дозатор гелия с манометром	2	10,0	20,0
Всего	-	-	39

Стоимость необходимого оборудования составит 39 тыс. руб.

В целях определения стоимости расходных материалов, зависящих от объема услуг, рассчитаем предполагаемый объем продаж в таблице 3.2. Объем продаж рассчитан на основании данных директора предприятия.

Таблица 3.2 – Расчет ожидаемого объема продаж

Наименование показателя	Значение показателя
Предполагаемый объем продаж, шт.	20 000
Средняя цена одного шара	0,10
Объем продаж за год, тыс. руб.	2 000

Ожидаемый объем продаж составит 1 250 тыс. руб.

Далее рассчитаем стоимость расходных материалов в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Определение стоимости расходных материалов

Наименование показателя	Потребность на одну услугу, шт.	Объем услуг, шт.	Цена за ед., тыс. руб.	Стоимость за год, тыс. руб.
Воздушные шары	1	20 000	0,01	200
Гелиевые баллоны	0,05	20 000	1,0	1 000
Алюминиевая проволока, скотч	1	20 000	0,01	200
Всего	-	-	-	1 400

Также для реализации данного мероприятия необходимо будет принять на работу нового сотрудника.

Расчет затрат на оплату труда представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Расчет затрат на оплату труда, тыс. руб.

Наименование показателя	Значение показателя
Заработная плата за год, тыс. руб.	180
Страховые взносы – 30%, тыс. руб.	54
Всего	234

Затраты на оплату труда составят 234 тыс. руб. за год.

Таким образом, необходимые инвестиции в мероприятие составят 39 тыс. руб. (стоимость оборудования). Финансирование мероприятия предлагается проводить за счет собственных средств.

Обобщим текущие затраты мероприятия в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Текущие затраты мероприятия, тыс. руб.

Наименование показателя	Значение показателя
Расходные материалы	1 400
Затраты на оплату труда	234
Всего	1 634

Таким образом, предприятию рекомендуется расширение деятельности за счет покупки собственного оборудования для оформления помещений и праздников. В настоящее время предприятие оказывает данные услуги, но приобретает воздушные шары у сторонних предприятий.

Приобретение собственного оборудования даст возможность предприятию сократить расходы на покупку воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг. Стоимость необходимого оборудования составит 39 тыс. руб. Ожидаемый объем продаж составит 1 250 тыс. руб. Затраты на оплату труда составят 234 тыс. руб. за год. Финансирование мероприятия предлагается проводить за счет собственных средств.

3.2 Оценка предлагаемых мер и их влияние на финансовый результат деятельности предприятия

В целях оценки эффективности мероприятия составим план финансовых результатов в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – План финансовых результатов мероприятия, тыс. руб.

Наименование показателя	Значение показателя
Выручка от реализации	2 000
Себестоимость мероприятия	1 634
Прибыль от продаж	366
Налог на прибыль - 20%	73
Чистая прибыль	293

Чистая прибыль мероприятия составит 293 тыс. руб.

Проведем оценку предложенного мероприятия на финансовые результаты ООО «Арабески» в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Оценка влияния мероприятия на финансовые результаты ООО «Арабески», тыс. руб.

Наименование	До внедрения	После внедрения	Изменение + / -
Выручка от продаж	7 141	9 141	2 000
Себестоимость	5 877	7 511	1 634
Прибыль от продаж	1 264	1 630	366
Проценты к получению	10	10	0
Проценты к уплате	178	178	0
Прочие доходы	65	65	0
Прочие расходы	70	70	0
Прибыль до налогообложения	1 091	1 457	366
Налог на прибыль	218	291	73
Чистая прибыль	873	1 166	293

Представим полученные данные на рисунке 3.1, 3.2, 3.3.

Выручка от продажи в результате внедрения мероприятия вырастет с 7 141 тыс. руб. до 9 141 тыс. руб. на 2 000 тыс. руб.

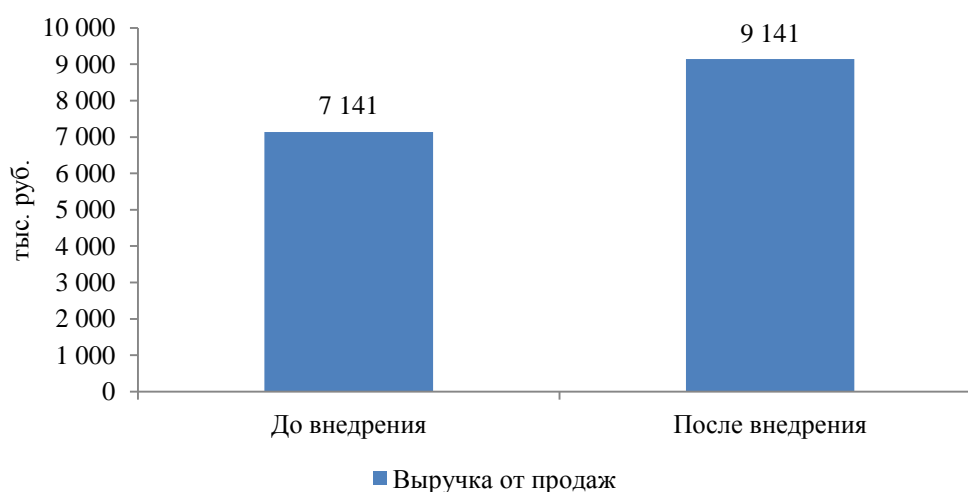


Рисунок 3.1 – Выручка от продаж после внедрения мероприятия

Прибыль от продаж увеличится с 1 264 тыс. руб. до 1 630 тыс. руб.

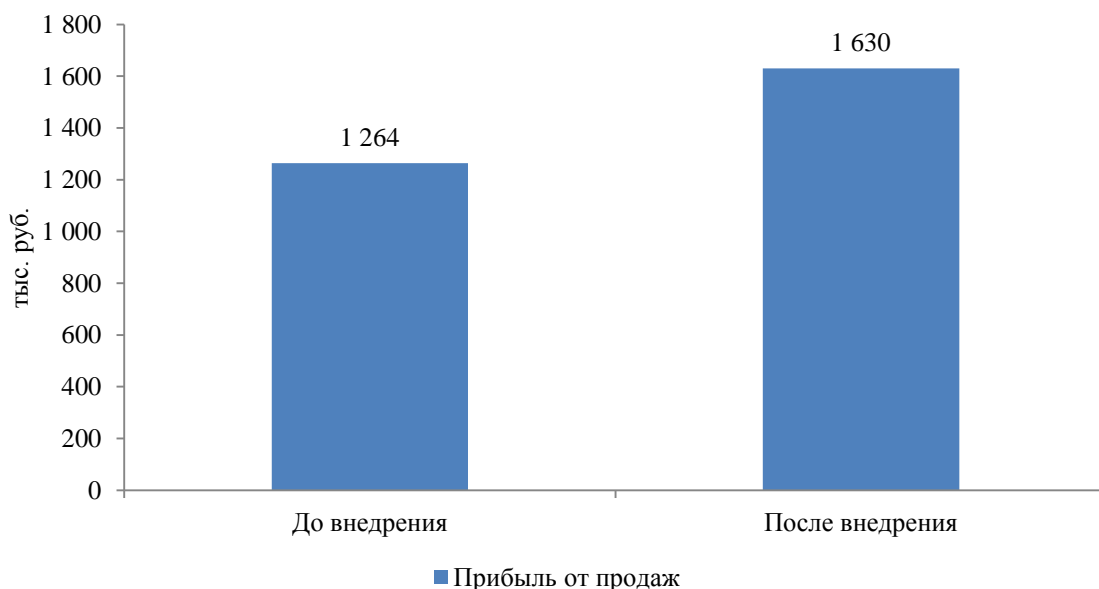


Рисунок 3.2 – Прибыль от продаж после внедрения мероприятия

Увеличение прибыли от продаж приведет к росту прибыли до налогообложения и чистой прибыли с 1 091 тыс. руб. до 1 457 тыс. руб. и с 873 тыс. руб. до 1 166 тыс. руб. соответственно.

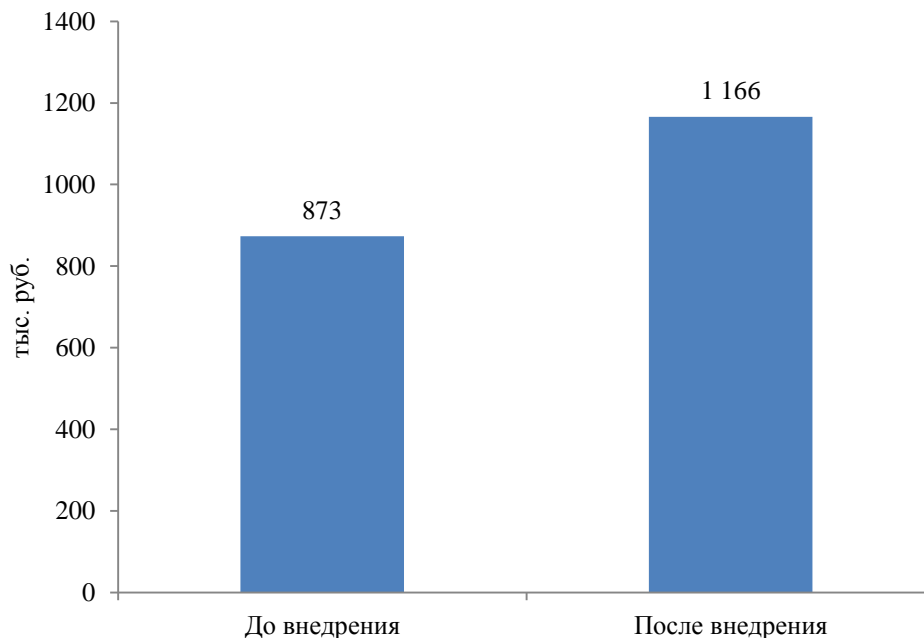


Рисунок 3.3 – Чистая прибыль после внедрения мероприятия

Таким образом, внедрение данного мероприятия приведет к росту финансовых результатов и даст возможность предприятию сократить расходы на покупку

воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг. Прибыль играет одну из самых важных ролей в осуществлении деятельности предприятия и обеспечении интересов его собственников и персонала, т.к. является не только результатом, но и конечной целью предпринимательской деятельности. Наряду с этим, основным фактором, определяющим рентабельность, является именно прибыль, поэтому имеет большое значение эффективность управления прибылью для повышения рентабельности. Повышение прибыли вызывает необходимость непрерывного и эффективного управления. Основной целью управления прибылью является максимизация доходов собственников в текущем и перспективном периоде.

Вывод по разделу три

1. Прибыль играет одну из самых важных ролей в осуществлении деятельности предприятия и обеспечении интересов его собственников и персонала, т.к. является не только результатом, но и конечной целью предпринимательской деятельности. Основной целью управления прибылью является максимизация доходов собственников в текущем и перспективном периоде. Данная цель призвана обеспечивать удовлетворение интересов не только собственников предприятия, но государства и персонала предприятия.

Предприятию рекомендуется расширение деятельности за счет покупки собственного оборудования для оформления помещений и праздников. В настоящее время предприятие оказывает данные услуги, но приобретает воздушные шары у сторонних предприятий.

Приобретение собственного оборудования даст возможность предприятию сократить расходы на покупку воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг.

Стоимость необходимого оборудования составит 39 тыс. руб. Ожидаемый объем продаж составит 1 250 тыс. руб. Затраты на оплату труда составят 234 тыс.

руб. за год. Финансирование мероприятия предлагается проводить за счет собственных средств.

2. Чистая прибыль мероприятия составит 293 тыс. руб. Выручка от продажи в результате внедрения мероприятия вырастет с 7 141 тыс. руб. до 9 141 тыс. руб. на 2 000 тыс. руб. Прибыль от продаж увеличится с 1 264 тыс. руб. до 1 630 тыс. руб.

Увеличение прибыли от продаж приведет к росту прибыли до налогообложения и чистой прибыли с 1 091 тыс. руб. до 1 457 тыс. руб. и с 873 тыс. руб. до 1 166 тыс. руб. соответственно.

Таким образом, внедрение данного мероприятия приведет к росту финансовых результатов и даст возможность предприятию сократить расходы на покупку воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате выполнения выпускной квалификационной работы была достигнута поставленная цель – разработаны пути улучшения финансовых результатов ООО «Арабески».

Финансовый результат – обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования. Финансовый результат деятельности организации служит своего рода показателем значимости данной организации в народном хозяйстве.

Оценка финансовых результатов выступает в качестве способа аккумуляции, изучения и использования данных финансовой учета и отчетности, с целью: оценки текущего и перспективного финансового состояния предприятия, то есть степени эффективности использования собственных и привлеченных источников финансирования деятельности; обоснование ожидаемых и достаточных темпов развития предприятия с точки зрения рационального обеспечения их собственными источниками; выявления доступных источников финансирования, оценки рациональных способов их использования и привлечения; прогноза и планирования будущего положения компании на товарном и финансовом рынке.

Для каждой организации обычно предусматриваются плановые действия, которые за собой неминуемо должны повлечь увеличение прибыли предприятия. Такие действия нередко обладают разноплановым характером, в частности, могут представлять собой прирост количества и качества выпускаемого товара; передача в аренду оборудования или же других материальных активов предприятия или продажа их; рациональное использование материалов, мощностей и рабочих площадей, а также рабочего времени и силы для снижения себестоимости товара; анализ диверсификации производства; увеличение рынка продаж; снижение производственных затрат и увеличение производительности;

уничтожение потерь и расходов, не относящихся к производству; поднятие производства на новый технический уровень.

Объектом исследования в работе выступает ООО «Арабески», основным видом деятельности которого является организация торжественных мероприятий. Компания специализируется на разработке, организации и проведении специальных событий и промо-акций, корпоративных и частных мероприятий. Компания предоставляет полный комплекс услуг для организации и проведения мероприятия любого масштаба. Анализ финансовых результатов ООО «Арабески» за 2014-2016 гг. показывает увеличение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в следствие превышения темпов роста доходов над расходов, как от обычных видов деятельности, так и от прочих. Структура выручки и себестоимости оказанных услуг является неоднородной и зависит от меняющихся предпочтений потребителей. Наиболее рентабельными по части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий.

Наиболее рентабельными по части реализации продукции можно назвать услуги организации торжественных мероприятий. В 2014 г. рентабельность их продаж составила 27,35%, в 2015 г. – 19,79%, в 2016 г. – 20,39%. Также высокой рентабельности достигли услуги фото и видео съемки –26,19%, 10,95%, 23,21% за 2014 г., 2015 г. и 2016 г. соответственно. Сокращение рентабельности оборота в 2015 г. по сравнению с 2014 г. составило 4,64%., в 2016 г. по сравнению с 2015 г. она выросла на 0,56%. Норма прибыли деятельности ООО «Арабески» в 2014 г. составила 16,24%, в 2015 г. сократилась до 11,62%, в 2016 г. выросла до 12,22%. Это говорит о некотором снижении эффективности деятельности предприятия. Рентабельность издержек ООО «Арабески» в 2014 г. составила 27,85%, в 2015 г. снизилась до 20,68%, в 2016 г. выросла до 21,51%. Однако, несмотря на рост финансовых результатов в 2016 г. по сравнению с 2014 н. произошло снижение показателей рентабельности, что говорит о некотором падении эффективности деятельности предприятия ООО «Арабески».

Предприятию рекомендуется расширение деятельности за счет покупки собственного оборудования для оформления помещений и праздников. В настоящее время предприятие оказывает данные услуги, но приобретает воздушные шары у сторонних предприятий. Приобретение собственного оборудования даст возможность предприятию сократить расходы на покупку воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг. Стоимость необходимого оборудования составит 39 тыс. руб. Ожидаемый объем продаж составит 1 250 тыс. руб. Затраты на оплату труда составят 234 тыс. руб. за год. Финансирование мероприятия предлагается проводить за счет собственных средств.

Чистая прибыль мероприятия составит 293 тыс. руб. Выручка от продажи в результате внедрения мероприятия вырастет с 7 141 тыс. руб. до 9 141 тыс. руб. на 2 000 тыс. руб. Прибыль от продаж увеличится с 1 264 тыс. руб. до 1 630 тыс. руб. Увеличение прибыли от продаж приведет к росту прибыли до налогообложения и чистой прибыли с 1 091 тыс. руб. до 1 457 тыс. руб. и с 873 тыс. руб. до 1 166 тыс. руб. соответственно.

Таким образом, внедрение данного мероприятия приведет к росту финансовых результатов и даст возможность предприятию сократить расходы на покупку воздушных шаров и увеличить объемы оказания данного вида услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрютинa, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: учебное пособие / М.С. Абрютинa. – М.: Дело и сервис, 2013. – 646 с.
2. Арзуманова, Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: учебное пособие / Т.И. Арзуманова. – М.: ИНФРА, 2015. – 113 с.
3. Артеменко, В. Г. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Г. Артеменко, М. В. Беллендир. – М.: Дело и Сервис, 2015. – 160 с.
4. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учеб. пособие / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 543 с.
5. Балабанов, И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта: учебное пособие / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 109 с.
6. Бланк, И.А. Управление прибылью: учебное пособие / И.А. Бланк. – М.: Ника-Центр, 2014. – 240 с.
7. Бороненкова, С.А. Управленческий анализ: учеб. пособие / С.А. Бороненкова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 384 с.
8. Бочаров, В. В. Финансовый анализ: учебное пособие / В. В. Бочаров – СПб.: Питер, 2014. – 240 с.
9. Гальчина О.Н., Пожидаева Т.А. Теория экономического анализа: учебное пособие / О.Н Гальчина. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2014. – 267 с.
10. Гинзбург А.И. Экономический анализ: учебное пособие / А.И. Гинзбург. – СПб: Питер, 2014. – 320 с.
11. Жиделева, В.В. Экономика предприятия: учеб. пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 133 с.
12. Жулега И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия: Монография / И.А. Жулега. – СПб.: ГУАП, 2013. – 235 с.
13. Журавкова, И.В. Финансово-инвестиционный анализ: учеб. пособие / И.В. Журавкова. – Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета,

2013. – 231 с.

14. Елизаров, Ю.Ф. Экономика организаций: учебник для вузов / Ю.Ф. Елизаров. – М.: Экзамен, 2013. – 496 с.

15. Ендовицкий, Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: Методология и практика / Д.А. Ендовицкий, Л.Т. Гиляровской. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 400 с.

16. Ендовицкий, Д.А. Практикум по инвестиционному анализу: учебное пособие / Д.А. Ендовицкий, Е.Ф. Сысоева – М.: Финансы и статистика, 2014. – 240 с.

17. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: учебник для вузов / О.В. Ефимова – М.: Бухгалтерский учет, 2015. – 345 с.

18. Ковалев, В.В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности: учеб. пособие / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 300 с.

19. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: Велби, 2013. – 424 с.

20. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: управление капиталом. Выбор инвестиции. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 432 с.

21. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 560 с.

22. Ковалев, В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 728 с.

23. Когденко, В.Г. Методология и методика экономического анализа: учеб. пособие / В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 544 с.

24. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности и аудит / Н.П. Кондраков. – М.: Перспектива, 2015. – 247 с.

25. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент. / М.Н. Крейнина. – М.: Дело и сервис, 2014. – 205 с.

26. Любушин, М.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебное пособие для вузов / М.П. Любушин, В.Б. Лещева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 356 с.
27. Методика экономического анализа промышленного предприятия: учеб. пособие / под ред. А.И. Бужинского. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 250 с.
28. Незамайкин В.Н. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учебное пособие / В.Н. Незамайкин. – М.: Эксмо, 2013. – 409 с.
29. Поукок, М.А. Финансовое планирование и контроль: учебное пособие / М.А. Поукок, А.Х. Тейлор. – М.: ИНФРА, 2013. – 352 с.
30. Радионов, Р.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Р.А. Радионов. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 115 с.
31. Райзберг, Б.А. Экономика и управление: учебное пособие/ Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – М.: Экономика, 2014. – 308 с.
32. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая – М.: Экоперспектива, 2013. – 570 с.
33. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савицкая. – М.: Новое знание, 2014. – 748 с.
34. Свиридов, О.Ю. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / О.Ю. Свиридов, Е.В. Туманова. – М.: Март, 2013. – 140 с.
35. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / И.В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 576 с.
36. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Е.С. Стоянова. – М.: Перспектива, 2014. – 206 с.
37. Финансовый анализ : учебное пособие / под ред. Селезневой Н.Н., Ионовой А.Ф. – М.: ТК Велби, Проспект, 2014.– 624 с.
38. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под. ред. Е.С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2013. – 157 с.
39. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности:

учебное пособие / Чуев И.Н, Чуева Л.Н. – М.: Дашков и К, 2015. – 368 с.

40. Шеремет, А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия: учебное пособие / А.Д. Шеремет. – М.: Экономика, 2014. – 124 с.

41. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа: учеб. пособие / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 348 с.

42. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализ предприятия / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: Инфра -М, 2013. – 259 с.

43. Шеремет, А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия / А.Д. Шеремет. – М.: Экономика, 2015. – 124 с.

44. Шеремет, А.Д. Финансы предприятий: учебное пособие/ А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфуллин. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 290 с.

45. Шишкин, А.К. Учет, анализ, аудит на предприятии: учеб. пособие для вузов / А.К. Шишкин. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2014. – 170 с.

46. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебник / под ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 295с.

47. Экономика и статистика фирм: учебник / под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 290 с.

48. Экономико-математические методы в анализе хозяйственной деятельности предприятий и объединений: учебное пособие / под ред. Е.Е. Мельника. – М.: Финансы и статистика, 2014. –160 с.

49. Экономический анализ предприятия: учебник для вузов / под ред. Л.В. Прыкина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 407 с.

50. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: учебное пособие / под ред. М.И. Баканова, А.Д. Шеремета. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 656 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

С 1 января 2016 г. по 31 декабря 2016 г.

		Дата (год, месяц, число)	КОДЫ		
Организация	Общество с ограниченной ответственностью «Арабески»	по ОКПО	2017	01	01
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН			
Вид деятельности		по ОКВЭД			
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общество с ограниченной / Частная	ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения (тыс. руб.)		по ОКЕИ	384		
Адрес					

Дата утверждения	24.02.2017
Дата принятия	27.02.2017

Пояснения	Наименование показателя	31 На декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	650	558	488
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	Итого по разделу I	650	558	488
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	1 125	1 158	1 188
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	15	17	14
	Дебиторская задолженность	1 802	1 980	1 770
	Финансовые вложения			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	2 564	2 415	2 315
	Прочие оборотные активы			
	Итого по разделу II	5 506	5 570	5 287
	БАЛАНС	6 156	6 128	5 775

Продолжение приложения А

Пояснения	Наименование показателя	31	На 31 декабря	На 31 декабря
		На декабря	20 15 г.	20 14 г.
		20 16 г.		
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	(
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)			
	Резервный капитал			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1 980	1 788	1 658
	Итого по разделу III	1 890	1 798	1 668
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства			
	Отложенные налоговые обязательства			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу IV			
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	1 588	1 688	1 780
	Кредиторская задолженность	3 678	3 642	3 327
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу V	4 266	4 330	4 107
	БАЛАНС	6 156	6 128	5 775

Руководитель _____ Главный бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка (подпись) (расшифровка
 подписи) подписи)

“ 24 ” февраля 20 17 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ С 1 января 2015 г. по 31 декабря 2015 г.

		Дата (год, месяц, число)	КОДЫ		
Организация	Общество с ограниченной ответственностью «Арабески»	по ОКПО	2016	01	01
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН			
Вид деятельности		по ОКВЭД			
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общество с ограниченной / Частная	ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения (тыс. руб.)		по ОКЕИ	384		
Адрес					
		Дата утверждения	24.03.2016		
		Дата принятия	27.03.2016		

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь	Январь-декабрь
		За 2015 г.	За 2014 г.
	Выручка	5 462	4 586
	Себестоимость продаж	(4 526)	(3 587)
	Валовая прибыль (убыток)	936	999
	Коммерческие расходы	()	()
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж	936	999
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению	10	10
	Проценты к уплате	(145)	(123)
	Прочие доходы	80	70
	Прочие расходы	(88)	(25)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	793	931
	Текущий налог на прибыль	(158)	(186)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
	Изменение отложенных налоговых обязательств		
	Изменение отложенных налоговых активов		
	Прочее		
	Чистая прибыль (убыток)	635	745

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь За _____ 20 15 г.	Январь-декабрь За _____ 20 14 г.
	СПРАВОЧНО Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода	635	745
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель	_____	_____	_____	_____
	(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)
		Главный бухгалтер		

“ 24 ” _____ марта _____ 20 16 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ С 1 января 2016 г. по 31 декабря 2016 г.

		Дата (год, месяц, число)	КОДЫ		
Организация	Общество с ограниченной ответственностью «Арабески»	по ОКПО	2014	01	01
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН			
Вид деятельности		по ОКВЭД			
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общество с ограниченной / Частная	ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения (тыс. руб.)		по ОКЕИ	384		
Адрес					
		Дата утверждения	18.02.2017		
		Дата принятия	18.02.2017		

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь	Январь-декабрь
		За 2016 г.	За 2015 г.
	Выручка	7 141	5 462
	Себестоимость продаж	(5 877)	(4 526)
	Валовая прибыль (убыток)	1 264	936
	Коммерческие расходы	()	()
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж	1 264	936
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению	10	10
	Проценты к уплате	(178)	(145)
	Прочие доходы	65	80
	Прочие расходы	(70)	(88)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	1 091	793
	Текущий налог на прибыль	(218)	(158)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
	Изменение отложенных налоговых обязательств		
	Изменение отложенных налоговых активов		
	Прочее		
	Чистая прибыль (убыток)	874	635

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь 20 16 г.	Январь-декабрь 20 15 г.
	СПРАВОЧНО Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	874	635
	Совокупный финансовый результат периода		
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель _____ Главный бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

“ 18 ” февраля 20 17 г.