

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский Государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Экономика и управление на предприятиях строительства и
землеустройства»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА
Рецензент, руководитель
ООО «Новые горизонты»
М.Е. Исмаилов

_____ 2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, к.э.н.
доцент
М.С. Овчинникова

_____ 2018 г.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности «РиэлтСтройком» и разработка
мероприятий по ее совершенствованию

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–38.03.01.2018.201.ПЗ ВКР

Руководитель работы,
старший преподаватель,
_____ Н.В. Князева
_____ 2018 г.

Автор проекта
студент группы ЭУ- 479
_____ Е.В. Денисова
_____ 2018 г.

Нормоконтролер, старший
преподаватель
_____ Е.А Угрюмов
_____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Денисова Е.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности «РиэлтСтройком» и разработка мероприятий по ее совершенствованию. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ, 2018, 102с., 11 ил., 14 табл., библиогр. список – 25 наим., 12 приложений, 20 л. раздаточного материала ф. А4.

В выпускной квалификационной работе на основе анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «РиэлтСтройком» предложен план мероприятий по улучшению его финансово-экономического состояния.

Для оценки предприятия используется вертикальный и горизонтальный анализы. А также анализы финансовой устойчивости, ликвидности, деловой активности, показателей рентабельности и риска банкротства. Они выполнены по документам бухгалтерской отчетности за 2015 – 2017 годы.

Были выявлены слабые стороны предприятия и предложены мероприятия по улучшению финансово-экономического состояния предприятия, опирающиеся на результаты всех проведенных анализов.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	6
1 ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	8
1.1 История развития экономического анализа.....	8
1.2 Цели и функции анализа финансово-хозяйственной деятельности.....	12
1.3 Этапы и методики анализа финансово-хозяйственной деятельности.....	24
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «РИЭЛТСТРОЙКОМ».....	34
2.1 Характеристика деятельности ООО «РиэлтСтройком».....	34
2.2 Горизонтальный анализ.....	37
2.3 Вертикальный анализ.....	39
2.4 Анализ финансовой устойчивости.....	41
2.5 Анализ ликвидности.....	47
2.6 Анализ деловой активности.....	50
2.7 Анализ показателей рентабельности.....	55
2.8 Анализ риска банкротства.....	58
3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «РИЭЛТСТРОЙКОМ».....	63
3.1 Выявление факторов нестабильности предприятия.....	63
3.2 Пути повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	65
Заключение.....	74
Библиографический список.....	75
Приложения.....	77

Приложение А.....	77
Приложение Б.....	79
Приложение В.....	75
Приложение Г.....	78
Приложение Д.....	82
Приложение Е.....	84
Приложение Ж.....	86
Приложение И.....	87
Приложение К.....	88
Приложение Л.....	89
Приложение М.....	92
Приложение Н.....	94

Введение

Анализ финансово-хозяйственной деятельности играет важную роль в повышении экономической эффективности деятельности организации, в её управлении, в укреплении её финансового состояния. Он представляет собой экономическую науку, которая изучает экономику организаций, их деятельность с точки зрения оценки их работы по выполнению бизнес-планов, оценки их имущественно-финансового состояния и с целью выявления неиспользованных резервов для повышения эффективности деятельности организации.

Актуальность исследования обусловлена тем, что для успешного движения вперед предприятию необходимо знать, каково его нынешнее состояние и как исправить положение, если оно ухудшается (какие рычаги задействовать наиболее эффективно), то есть провести анализ его финансово-хозяйственной деятельности.

Объектом исследования чаще всего является коммерческая организация. В нашем случае это агентство недвижимости «РиэлтСтройком».

Предметом анализа финансово-хозяйственной деятельности являются хозяйственные процессы предприятия, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных, внешних и внутренних факторов производственной системы.

Основной целью исследования выпускной квалификационной работы является проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия агентства недвижимости «РиэлтСтройком».

Основные задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности: провести сравнительный анализ финансовых данных за три года, провести анализ показателей отчетности по вертикали, провести анализ финансового состояния предприятия, рассчитать платежеспособность и ликвидность, провести анализ деловой активности, найти рентабельность предприятия, оценить предприятие на возможность будущего банкротства, провести факторный анализ финансового состояния, дать рекомендации по улучшению работы предприятия.

Информационная и теоретическая база исследования включает в себя библиографический список, а также фактические начальные данные, предоставленные организацией.

Практическая значимость исследования заключается в разработке практических рекомендаций по улучшению финансово-хозяйственной деятельности агентства недвижимости «РиэлтСтройком».

1 ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 История развития экономического анализа

Экономический анализ, как и любая иная дисциплина, владеет собственной историей. История экономической дисциплины уходит в древние века (учение мыслителей Древнего Востока, Древней Греции, Древнего Рима). Однако сами зачатки экономического анализа возникли в средние века и получили свое формирование как политэкономические учение в трудах А. Смита, Д. Рикардо и др.

Далее история экономического анализа ведет к французскому экономисту и правоведа Жаку Савари (1622 1690гг). Он ввел понятие аналитического учета и внес большой вклад развитие бухгалтерского учета. Мысли французского экономиста были углублены в XIX в. итальянским бухгалтером Джузенне Чербони (1827—1917гг), который создал учение о синтетическом сложении и аналитическом разложении бухгалтерских счетов. В конце XIX в начале XX в. появилось оригинальное направление в бухгалтерском учете — балансоведение. Оно развивалось по трем основным направлениям: экономический анализ баланса, юридический анализ баланса, популяризация знаний о балансе среди пользователей.

В России расцвет науки об анализе баланса приходится на первую половину XX в. А. К. Рощаховский (1910 г.) сообразно считается одним из первых и главных русских бухгалтеров, истинно оцепившим роль экономического анализа и его взаимозависимость с бухгалтерским учетом. В 20-е годы концепция балансоведения, в частности методика анализа баланса, была окончательно сформулирована в трудах А. П. Рудановского, П. А. Блатова, И. Р. Николаева и др. В конце XIX - начале XX в. деятельно развивается и дисциплина о коммерческих вычислениях. Анализ баланса и коммерческие вычисления и составили, таковым образом, сущность финансового анализа.

Первые узконаправленные книги по анализу возникли в начале XX века. Они были приурочены к анализу баланса и имели, очевидно, методическое направление, что допущено взять за точку отсчета становления экономического анализа. В 30-е годы курс анализа был введен в программу институтов. Возникли первые учебники и методические пособия по анализу. Их авторами были Н.Р. Вейцман, С.К. Татур, М.И. Баканов и др. Конкретно в 30-е годы произошло развитие экономического анализа как дисциплины, и анализ стал обширно использоваться на практике для комплексного системного исследования экономики компаний и поиска запасов для роста производства продукции.

В начале тридцатых годов анализ хозяйственной деятельности в качестве самостоятельной дисциплины вошел в учебные планы высших учебных заведений. В середине 30-х гг. руководство бухгалтерским учетом и экономическим анализом осуществлялось Народным комиссариатом финансов. В это время развивается не только практическая сторона, но и глубоко разрабатываются теоретические проблемы анализа. Происходит активная дифференциация анализа по отраслям народного хозяйства.[4]

Годы Великой Отечественной войны – особый исторический период. Расширенное производство в тяжелый военный период осуществлялось за счет мобилизации внутренних резервов, повышения производительности труда, снижения себестоимости и др. факторов. Работники экономических служб выполняли в то время важную задачу строгого учета, контроля и анализа производственной деятельности, поиска резервов сокращения затрат, снижения себестоимости производимой продукции.[5]

Дифференциация экономического анализа по отраслям на родного хозяйства, наметившаяся еще в довоенные годы, получила в послевоенный период свое дальнейшее развитие. Следует подчеркнуть, что процесс дифференциации мог возникнуть и расширяться только на основе глубокой разработки общеметодологических проблем экономического анализа, на основе

фундаментальных работ в важнейших отраслях на родного хозяйства (промышленности, сельском хозяйстве, торговле).[4]

В этот период наибольшее количество книг было издано по анализу хозяйственной деятельности промышленных предприятий. Среди них «Экономический анализ производственно-финансовой деятельности промышленных предприятий» И. И. Поклада (1956 г.), «Основы анализа экономики предприятия» С. К. Татура (1956 г.), «Оборотные средства промышленных предприятий» С. Б. Барнгольц и Д. М. Сухарева (1957 г.) и др.[4]

Особая активность в разработке различных проблем экономического анализа отмечалась в 1960-1990-е гг. Можно говорить о создании региональных теоретико-аналитических центров в Москве, Санкт-Петербурге, Киеве, Минске и др. городах.[5]

В критериях перехода к рыночным взаимоотношениям, децентрализации экономики, перенесения центра тяжести на микроуровень, конкретно к действиям производства и обмена, поменялись задачи и функции анализа деятельности фирм.

Инновационное положение анализа следует охарактеризовать как достаточно фундаментально разработанную в теоретическом плане науку. Количество способов, сделанными учеными, используются в управлении производством на различных уровнях, вместе с тем наука находится в состоянии развития.

В таблице 1 можно поэтапно проследить за развитием экономического анализа. Таблица 1 – История и этапы теории и практики развития экономического анализа

Номер этапа	Основные направления анализа	Цель и основные задачи экономического анализа, содержание этапа анализа	Период
1	Приоритетная роль финансового анализа	Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятий (в том числе с наличием иностранного капитала)	До 1918 года

Окончание таблицы 1

2	Становление и укрепление государственной статистики и счетоводства	Распространение принципов учета и контроля, укрепление счетоводства и статистики	1918–1920 гг. (политика военного коммунизма)
3	Переход от финансового к комплексному анализу	Расширение рамок экономического анализа, введение коммерческого расчета. Появление первых счетно-аналитических обзоров	1921-1929 гг. (новая экономическая политика)
4	Формирование экономического анализа как отрасли знаний	Разработка теоретических основ анализа и методик его проведения в части производственного анализа и анализа баланса	30 – 40-е годы (довоенный период)
5	Продолжение теоретических разработок и перевод их в практическую плоскость	Повышенное внимание к производственному анализу – анализу затрат и себестоимости продукции	1941–1945 Годы Великой Отечественной войны
6	Разделение экономического анализа на периодический и оперативный	Попытка аналитической обработки экономических показателей, применение матметодов в экономическом анализе	1950 –1960-е гг.
7	Реальный переход к комплексному анализу при перестройке хозяйственного механизма	Развитие принципов внутрихозяйственного анализа в решении производственно-технических задач.	1970 – 1980-е гг.
8	Выделение из экономического анализа управленческого анализа	Изменение методологии и методики экономического анализа	1990-е – начало 2000-х
9	Деление анализа на внешний и внутренний	Разработка концепции управленческого анализа, внедрение методов прогнозного анализа и моделирования хозяйственной деятельности	Первое десятилетие XXI в. – по настоящее время

Экономический анализ в Российской Федерации как научный подход получил формирование еще в прошедшем веке, а как узконаправленная ветвь знаний образовался совсем недавно.

В XX веке были сформированы теоретические основы, освоены методы и приемы, осуществлены отраслевые разработки.

В среде рынка и глобализации экономики экономический анализ представляет собой сложную систему исследования хозяйственных явлений, находящихся в

постоянном изменении, в связи с комплексом внешних и внутренних условий бизнеса, нередко непредсказуемых по направлению и степени их воздействия на итог.

Перспективы развития экономического анализа определяются процессами, происходящими в секторе экономики России и мировом сообществе, непременно связанными с формированием высоких профессиональных навыков выпускников вузов.

1.2 Цели и функции анализа финансово-хозяйственной деятельности

Экономический анализ представляет собой систематизированную совокупность приемов, методов и способов получения выводов и рекомендаций экономического характера относительно субъекта хозяйственной деятельности или народного хозяйства в целом. В содержание экономического анализа входит исследование экономических процессов, явлений, причин их возникновения и объяснение появляющихся закономерностей, разработка нормативов и на их основании оценка финансово-хозяйственной деятельности организаций или рынков, ее оптимизация и выявление внутренних и внешних резервов для улучшения деятельности.

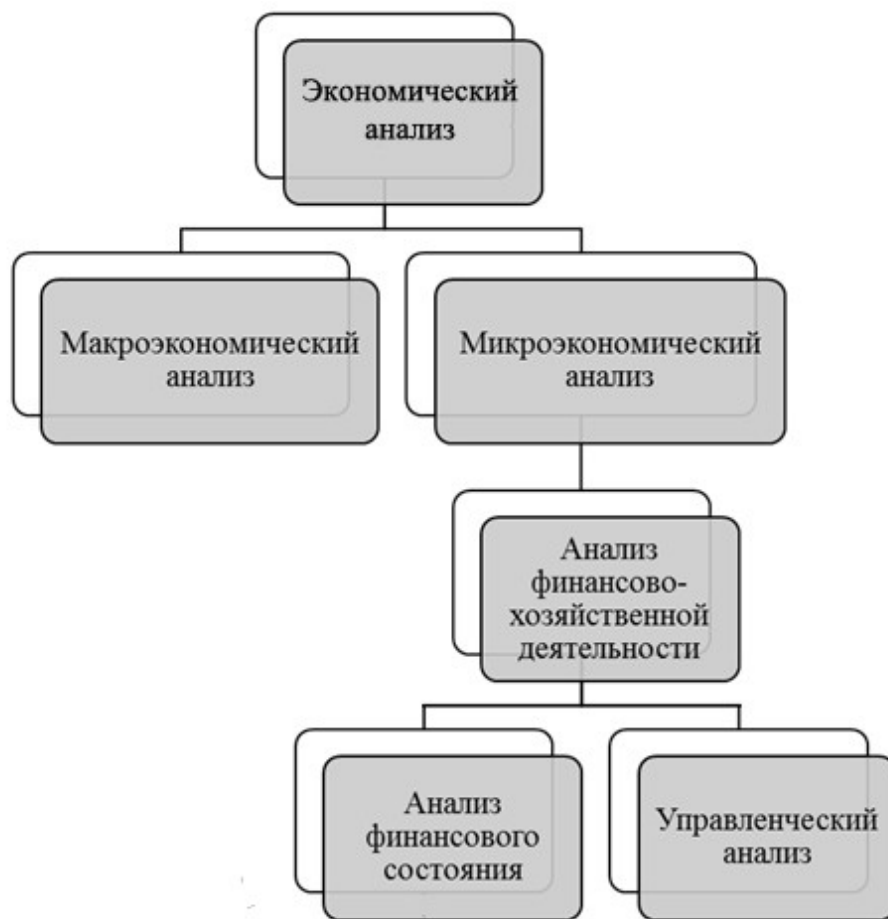


Рисунок 1 – Структура экономического анализа

В зависимости от масштабов выделяют макроэкономический и микроэкономический анализ. Объектом изучения первого является народное хозяйство в целом, а второго – финансово-хозяйственная деятельность отдельных предприятий. В свою очередь микроэкономический анализ подразделяется на:

- 1) Управленческий анализ, который направлен на оценку внутренних ресурсов и внешних возможностей, текущего состояния бизнеса и выявление стратегических проблем в его функционировании.
- 2) Анализ финансового состояния, который представляет собой исследование и оценку финансового состояния организации, ее финансовых результатов, с целью определить наиболее эффективные к принятию инвестиционные, управленческие и прочие решения, а также

определить способность организации вовремя погасить свои обязательства, то есть дееспособность организации.[5, 24]

Как можно понять из рисунка, анализ хозяйственной деятельности предприятия состоит из финансового и управленческого анализа. В свою очередь финансовый анализ включает в себя:

- анализ прибыльности;
- анализ рентабельности;
- анализ использования собственного капитала;
- анализ платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости;
- анализ использования заемных средств;
- оценка экономической добавленной стоимости;
- анализ деловой активности;
- анализ движения денежных средств;
- расчет эффекта финансового рычага.

В то время как управленческий анализ способен включать в себя:

- оценка места предприятия на рынке данного товара;
- анализ использования основных факторов производства: средств труда, предметов труда и трудовых ресурсов;
- оценка результатов производства и реализации продукции;
- принятие решений по ассортименту и качеству продукции;
- выработка стратегии управления затратами на производство;
- определение политики ценообразования;
- анализ безубыточности производства.

В улучшении финансового состояния важную роль играет информация о деятельности организации. Финансовый анализ используют при планировании деятельности предприятия, если оно заинтересовано в своем развитии. Эта информация должна быть достоверной и точной для совершенствования рыночных механизмов и способов управления.

Источником информации для проведения надежного финансового анализа хозяйственной деятельности служит различный набор источников и разное их соответствие.

Под информацией понимают упорядоченные сообщения о действиях и явлениях, происходящих во внешнем мире, совокупность каких-либо данных, а не как лишь тех, которые открывают объект с безызвестной стороны.

Для анализа деятельности хозяйствующего субъекта используют научно-техническую, административно-правовую и экономическую информацию.

Все источники данных для анализа делятся на плановые, учетные и внеучетные.

К плановым источникам относятся все типы планов, которые разрабатываются на предприятии (перспективные, текущие, оперативные), а также нормативные материалы, сметы, ценники, проектные задания и др.

К учетным источникам относятся:

- бухгалтерский учет и отчетность;
- статистический учет и отчетность;
- налоговый учет и отчетность;
- оперативный учет и отчетность;
- выборочные учетные данные.[3]

К внеучетным источникам информации относятся документы, которые регулируют хозяйственную деятельность:

- официальные документы: законы, указы президента, постановления кабинета министров, приказы вышестоящих органов управления, акты ревизий и проверок, приказы и распоряжения руководителей предприятия;
- хозяйственно-правовые документы: договоры, соглашения, решения арбитража и судебных органов, рекламации;
- решения общих собраний коллектива, совета трудового коллектива предприятия;
- материалы изучения передового опыта, приобретенные из разных источников информации (радио, телевидение, газеты и т.д.);
- техническая и технологическая документация;
- материалы специальных исследований состояния производства на отдельных рабочих местах (хронометражи, фотографии и т.п.);

- устная информация, которая получена во время встреч с членами коллектива или представителями других предприятий.[3]

Комплексное использование перечисленных источников информации и правильное их сочетание в процессе экономического анализа позволяют всесторонне изучать работу предприятий и полнее выявлять резервы их экономического и социального развития.

Наиболее же часто используемыми источниками информации для анализа являются стандартные формы отчетности:

- 1) Баланс (форма № 1, представленная в приложении А)
- 2) Отчет о финансовых результатах и их использовании (форма №2, представленная в приложении Б).[2]

Аналитическое изучение, его итоги и их внедрение в управление производством обязаны подходить установленным требованиям. Данные требования оставляют собственный след на само аналитическое исследование и обязаны непременно прodelываться при организации, проведении и практическом применении итогов анализа. Анализ следует проводить, руководствуясь определенными принципами, представленными на рисунке 2.

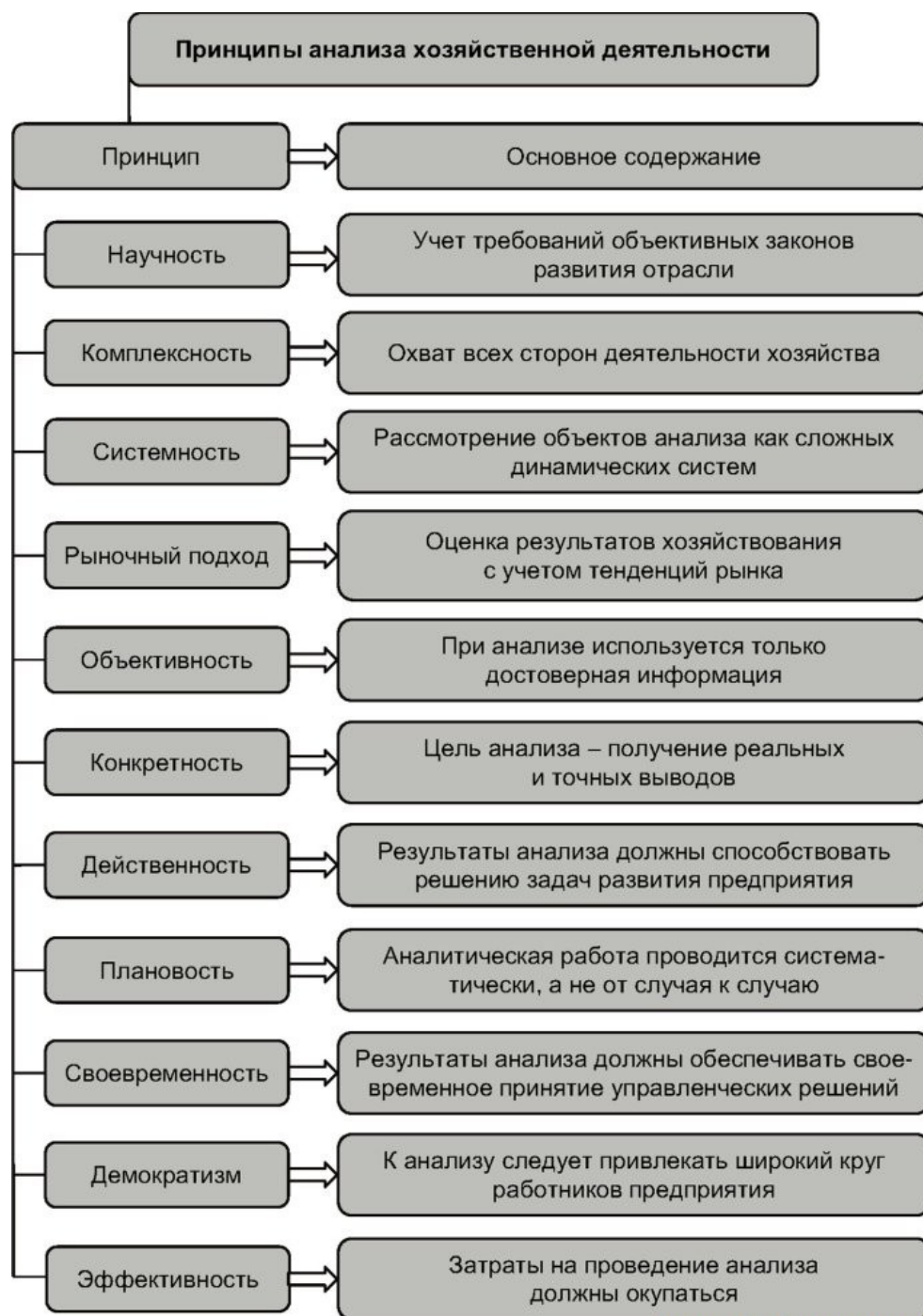


Рисунок 2 – Принципы анализа хозяйственной деятельности

Оценка финансового состояния может быть выполнена с различной степенью детализации в зависимости от цели анализа, имеющейся информации, программного, технического и кадрового обеспечения. Основу информационного обеспечения анализа финансового состояния должна составить бухгалтерская отчетность – это единая система данных об имущественном и финансовом

положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам. Безусловно, в анализе может использоваться дополнительная информация главным образом оперативного характера, однако она носит лишь вспомогательный характер.

В современных условиях чтоб снабдить компанию таким свойством как выживаемость, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь действительно оценивать финансовое состояние, как собственной компании, так и ее имеющих и возможных контрагентов. Для этого необходимо:

- обладать способом оценки денежного состояния компании;
- владеть необходимым информационным снабжением;
- обладать квалифицированным персоналом, способным воплотить эту методологию на практике.

В отличие от бухгалтерского учета, финансовый анализ не имеет определенного и единственно верного толкования. Существует значительное количество трактовок понятия «финансовый анализ». Интерпретации данного термина можно увидеть на рисунке 3.

Как можно заметить, все термины из вышеназванного рисунка делятся на две группы:

- 1) Группа, охватывающая все разделы в широком смысле.
- 2) Группа, охватывающая бухгалтерскую отчетность.

Хотя каждое понятие имеет свою правду, мне кажется, наиболее емким и охватывающим суть финансового анализа является понятие Ковалева В.В. и Романовой Т.Г., Белоусовой А.Г. Если соединить эти два суждения, то получится, что финансовый анализ – это накопление, обработка, использование информации финансового характера, с целью оценки текущего финансового состояния и прогноза для принятия управленческих решений.



Рисунок 3 – Понятие финансового анализа

На основе комплексного финансового анализа принимаются управленческие решения, поэтому он занимает важное место в системе управления фирмы. Только после того, как будет обоснована экономическая целесообразность мероприятий, возможно осуществление организационных, технических и технологических действий.

Управленческие решения и действия должны быть научно обоснованными, мотивированными и оптимальными. Основой для них являются точные расчеты, глубокий и всесторонний финансовый анализ.

Недооценка роли анализа, ошибки в планах и управленческих действиях в современных условиях приносят чувствительные потери. Напротив, те предприятия, на которых поставлен анализ, имеют хорошие результаты, высокую экономическую эффективность.

Контроль над выполнением планов с целью выявления недостатков, их обоснование этих планов.

Значительная роль дается анализу в определении и использовании резервов для увеличения эффективности деятельности субъекта хозяйствования в конкурентоспособной среде на базе применения достижений научно-технического прогресса и современного опыта.

Финансовый анализ представляет собой способ накопления, модификации и применения информации финансового характера, имеющий целью:

- оценить настоящее и будущее финансовое состояние предприятия;
- оценить возможные и подходящие темпы развития компании с позиции финансового их обеспечения;
- выявить легкодоступные источники средств и оценить возможность и необходимость их мобилизации;
- спрогнозировать положение предприятия на рынке.[8]

Анализ финансового состояния проводится для двух основных групп пользователей: участники рынка, которые заинтересованы в деятельности компании и те, кто использует результаты анализа для осуществления своей профессиональной деятельности. К первым относятся собственники, кредиторы, инвесторы, партнеры, менеджеры и персонал предприятия; ко вторым – аудиторские фирмы, биржи, юристы, консультационные компании и прочее. В табл. 2 отображены цели, преследуемые участниками рынка при анализе финансового состояния или при использовании его результатов.

Таблица 2 – Заинтересованность участников рынка в проведении анализа

Участник рынка	Преследуемые цели
Собственники	Заинтересованность в сохранении и приумножении своего вклада в имущество организации и получении доходов от владения им
Менеджеры	Заинтересованность в укреплении финансового положения компании
Кредиторы (банки, покупатели, поставщики подрядчики, участники рынка ценных бумаг, персонал и пр.)	Заинтересованность в поддержании устойчивого финансового положения, позволяющего должнику выполнить свои денежные обязательства в установленный срок

Окончание таблицы 2

Государство	Заинтересованность в сохранении и росте экономического потенциала страны, в своевременном поступлении доходов в бюджет в виде налогов, сборов и иных обязательных платежей, росте производства товаров и услуг и как следствие в росте ВВП, обеспечении занятости населения
Инвесторы	Заинтересованность в укреплении финансового положения компании и увеличении финансового результата с целью получения прибыли от вложенных средств
Налоговые органы	Заинтересованность в выполнении плана поступления денежных средств по налогам и сборам
Аудиторы	Заинтересованность в независимой оценке финансового состояния организации с целью получения вознаграждения

Результаты анализа используются для реализации стратегии оцениваемой организации и для осуществления оперативной деятельности. К первой группе относятся такие задачи, как получение кредита, привлечение дополнительных инвестиций, выход на фондовую биржу, сравнение с конкурирующими организациями. Во втором случае организация применяет результаты анализа для оценки общего финансового состояния, для прогнозирования вероятности наступления банкротства, для формирования планов и бюджетов и пр.

Финансовое состояние предприятия выражается в соотношении структур его активов и пассивов, т.е. средств предприятия и их источников. Основные задачи анализа финансового состояния – определение качества финансового состояния, изучение причин его улучшения или ухудшения за период, подготовка рекомендаций по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.

Каждая организация обязана искать резервы для эффективного повышения своей деятельности для успешной борьбы с конкурентами и укрепления своих позиций.

Финансовый анализ содействует экономному использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой техники и технологии производства, предупреждению излишних затрат, разных

недостатков в работе. В результате чего укрепляется экономика предприятия, повышается эффективность его деятельности.[8]

Содержание финансового анализа вытекает, прежде всего, из тех функций, которые он выполняет в системе других прикладных экономических наук.

- 1) Информационная функция. На текущий момент времени данная функция отражает характер воздействия экономических явлений и процессов на организацию, характеризует финансовое состояние организации; отображает взаимозависимость и тенденции различных аспектов деятельности организации, факторы на их влияющие.
- 2) Стимулирующая функция показывает направления развития и реализации преимуществ организации или устранения выявленных проблем в ее деятельности: определяет возможность повышения качества системного управления ее финансовыми ресурсами.
- 3) Контрольная функция выявляет необходимость действий по управлению отклонениями основных финансовых показателей от средних по виду экономической деятельности организации или от основных конкурентов: корректировки фактических значений показателей в соответствии с плановыми, или наоборот.
- 4) Прогнозная функция является исходной информацией для прогнозирования значений основных финансовых показателей организации.[11]

За выполнением данных функций, перед предприятием стоят следующие задачи:

- оценка характера процессов в конкретных условиях предприятия, изучение действий законов, выявление тенденций и экономических явлений;
- контроль над действенным использованием финансового потенциала компании, исполнением намерений, мониторингов, управленческих решений;
- обнаружить главные направленности розыска запасов, увеличения их эффективности, исследование воздействия беспристрастных и необъективных, наружных и внутренних причин на итоги домашней деятельности, что позволяет беспристрастно расценивать работу компании,

- изготовить верную диагностику ее состояния и мониторинг развития на перспективу;
- розыск запасов увеличения эффективности изготовления на базе исследования современного опыта и достижений науки и практики;
 - оценка степени финансовых и операционных рисков и выработка внутренних механизмов управления ими с целью укрепления рыночных позиций предприятия и увеличения прибыльности деятельности;
 - оценка результатов деятельности компании по исполнению поставленных целей, достигнутому уровню развития экономики, использованию имеющихся возможностей и диагностика его положения на рынке товаров и услуг, что способствует выработке более эффективной политики управления бизнес-процессами;
 - обозначение действий по исправлению найденных недочетов и освоению запасов для увеличения эффективности деятельности фирмы.

Таким образом, рассмотрев понятие анализа финансово-хозяйственной деятельности, можно сказать о его значительном значении в современной сфере экономики.

Множество функций, доступность источников информации, наличие заинтересованных лиц и специалистов делает данный анализ незаменимым помощником в ведении деятельности предприятий.

На основе АФХД принимаются стратегические решения, касающегося всего бизнеса в целом, а также совершенствуется система развития предприятия. Поэтому каждой фирме следует проводить данный анализ для улучшения хозяйственной деятельности.

1.3 Этапы и методики анализа финансово-хозяйственной деятельности

Аналитический процесс целесообразно представить в виде определенной последовательности однородных по содержанию работ, т.е. выделить этапы анализа, которые позволяют систематизировать и оптимизировать методику,

уменьшить трудоемкость аналитических процедур и повысить получаемый эффект.[25]

Особенность деятельности компании, в общем, и индивидуальности объекта аналитической оценки, в частности, приводят к несогласиям в выделенные отдельные шаги разбора. Но, чаще только встречается 3 главные шага проведения анализа на предприятии: предварительный, главный и завершающий.

Подготовительный этап включает в себя работы организационного характера, гарантирующие достаточную глубину и оперативность анализа. Реализация подготовительного этапа происходит по следующим направлениям:

- 1) Составление плана или программы анализа.
- 2) Определение необходимых источников информации и их систематизация и вывод.

Второй – основной этап работы включает в себя:

- сбор и испытание правдивости информация, коия станет употребляться во время разбора;
- классификация скопленной информации;
- исследование направлений и обстоятельств отличия практических характеристик от плановых;
- отделку приобретенных данных и наполнение аналитических таблиц;
- определение воздействия причин на модифицирование объекта разбора;
- оценку динамики объекта анализа;
- обнаружение запасов роста отдачи деятельности компании.

По завершении главного шага, на основании проделанного разбора предоставляют оценку отдачи работы субъекта хозяйствования, обобщают удачу и недочеты его деятельности (со значением обстоятельств отклонений от поставленных плановых заданий), выявляют наличествующие ресурсы для очень действенного применения трудовых, материальных и денежных ресурсов.

Завершающий этап заключается в выводе полученных результатов и научном обосновании управленческих решений, нацеленные на повышение

эффективности функционирования предприятия. На завершающем этапе мы можем наблюдать:

- проведение итоговой оценки деятельности и обобщение итогов анализа;
- формулировка выводов и действий условно принятия соответствующих управленческих решений сообразно итогам разбора, сообразно его целей и задач;
- исследование организационно-технических событий сообразно уничтожению недочетов, поднятие отдачи применения обнаруженных запасов (за исполнением событий надлежит определить действующий контроль);
- подготовка распорядительных актов, назначение лиц, ответственных за исполнение принятых решений.

Основной задачей таковой поэтапной регламентации разбора деятельности фирмы считается снабжение действующего текущего контролирования за соблюдением свойств аналитической работы и сроков ее исполнения.

Для реализации основной цели анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия – оценки деятельности организации и поиска возможностей повышения эффективности ее функционирования – применяются различные методики.

Методика – совокупность способов, правил наиболее целесообразного выполнения какой-либо работы.

Методика экономического анализа – упорядоченная комбинация различных приемов, способов и методов анализа, используемых аналитиком в процессе проведения экономического анализа.

Основными элементами любой методики АФХД являются:

- 1) Цель и задачи.
- 2) Объекты анализа.
- 3) Система показателей.
- 4) Выбор приемов, способов и методов исследования.
- 5) Источники данных (информационная база анализа).
- 6) Указания по организации анализа, подбору технических средств.
- 7) Требования к оформлению результатов анализа.

8) Субъекты (потребители) результатов анализа.

Для методов анализа характерны такие особенности как:

- использование определенных экономических показателей, которые характеризуют деятельность предприятия;
- выявление возможных причин перемены данных показателей;
- изучение взаимосвязей между ними.

Выделяют две группы аналитических методов – качественные методы (неформализованные) и количественные методы (формализованные).

Качественные – это неформализованные методы, основанные на описании аналитических процедур на логическом уровне. К ним относятся методы сравнения, экспертных оценок, построения системы показателей, выбора обоснования и систематизации влияющих факторов, обобщающих оценок, элиминирования. Применение качественных методов характеризуется определенным субъективизмом, причем большое значение имеют интуиция, опыт, знания специалиста по анализу.[14] Среди качественных методов выделяют – метод экспертной оценки, метод построения сценариев, метод сравнения, метод построения аналитических таблиц.

К группе количественных методов относятся методы, в основе которых лежат формализованные аналитические зависимости, т. е. взаимосвязь аналитических показателей и факторов, выраженных с помощью формул.[9] Одним из несомненных достоинств данных методов, является получение точного и обоснованного результата, или результатов, на основе которых, используя логику можно выбрать верный. Среди количественных методов выделяют: экономические, бухгалтерские, классические, математические, статистические и т.д.

При анализе деятельности можно применять как методы из первой группы, так и из второй, но наиболее популярны следующие методы:

- метод абсолютных и относительных величин;
- горизонтальный анализ;
- вертикальный анализ;

- анализ финансовой устойчивости;
- метод сравнения;
- анализ платежеспособности и ликвидности;
- анализ показателей рентабельности;
- анализ риска банкротства предприятия;
- факторный анализ;
- метод экспертных оценок.

Рассмотрим подробнее эти методы.

Абсолютные величины показывают количественные размеры явления в единицах меры, веса, объема, протяженности, площади, стоимости и т.д. безотносительно к размеру других явлений.

Относительные показатели отражают соотношение величины изучаемого явления с величиной какого-либо другого явления или с величиной этого явления, но взятой за другое время или по другому объекту. Относительные показатели получают в результате деления одной величины на другую, которая принимается за базу сравнения. Это могут быть данные плана, базисного года, другого предприятия, среднеотраслевые и т.д. Относительные величины выражаются в форме коэффициентов (при базе 1) или процентов (при базе 100).

Горизонтальный анализ отчетности – это сравнительный анализ финансовых данных за ряд периодов. Данный метод также известен под названием "трендовый анализ". Горизонтальный анализ помогает изучить изменение итоговых показателей бухгалтерского баланса во времени. Можно проследить изменения, произошедшие за предыдущий и предшествующий предыдущему годы, можно понять сложился положительный или отрицательный результат. Для данного анализа берутся три года. В рамках временного анализа баланса сравниваются значения как абсолютных показателей в денежном выражении, так и относительных показателях в процентах.

Вертикальный анализ – техника анализа финансовой отчетности, при которой изучается соотношение выбранного показателя с другими однородными показателями в рамках одного отчетного периода.

Вертикальный анализ (т.е. анализ показателей отчетности по вертикали) направлен на изучение структуру имущества, обязательств, доходов, расходов организации. Вертикальный анализ баланса называется еще структурным, так как показывает структуру конечных данных бухгалтерского баланса в виде относительных величин. При вертикальном анализе статьи отчетности приводятся в процентах к его итогу. Данный вид анализа позволяет посмотреть изменения статей баланса, например, что произошло с оборотными средствами компании, дебиторской, кредиторской задолженностью по сравнению с предыдущими годами. Процентные показатели наглядно показывают насколько произошли отклонения и в какую сторону, для анализа данный способ более удобный, так как при расчетах в абсолютных величинах не всегда понятно, насколько ситуация ухудшилась или улучшилась. При вертикальном анализе итоговую сумму активов принимают за сто процентов, и каждую дальнейшую статью представляют в виде процентной доли от базового значения. Рассчитывается процентный показатель путем деления каждой строчки по анализируемому году на валюту баланса и умножения на 100 %.

Для определения положения компании проводится анализ ее финансового состояния: в ходе расчетов, интерпретации и оценки финансовых показателей обнаруживаются уязвимости предприятия, для устранения которых затем разрабатывается ряд мер, а также выявляются резервы повышения эффективности производства.

Анализ может проводиться как службами предприятия, так и инвесторами, поставщиками ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. В первом случае целью будет обеспечение непрерывности входящего потока финансов и дальнейшее их распределение таким образом, чтобы получить максимальную прибыль; во втором – поиск возможности наиболее выгодного вложения средств и исключение потерь.

Сравнение – важнейший метод анализа, позволяющий оценивать ход и результаты деятельности организации. Применение метода сравнения является

первым этапом всякого аналитического исследования. В процессе анализа фактические результаты деятельности организации в анализируемом периоде сравниваются с аналогичными показателями по различным направлениям.

Основными направлениями сравнения являются:

- 1) Сравнение с запланированными показателями, в результате которого определяют степень выполнения плана по определенным показателям, причины отклонений от плановых заданий.
- 2) Сравнение с показателями предшествующих периодов дает представление о тенденциях изменения показателей, характеризует эти изменения в динамике за ряд периодов.
- 3) Сравнение показателей работы организации с показателями деятельности родственных организаций позволяет определить ее конкурентоспособность.

Платежеспособность и ликвидность являются основными характеристиками финансового состояния организации. Следует разграничивать платежеспособность предприятия, т.е. ожидаемую способность в конечном итоге погасить задолженность, и ликвидность предприятия, т.е. достаточность имеющихся денежных и других средств для оплаты долгов в текущий момент. Однако на практике понятия платежеспособности и ликвидности, как правило, выступают в качестве синонимов.

Деловая активность проявляется в динамичности развития организации, достижении ею поставленных целей, что отражают абсолютные стоимостные и относительные показатели.

Деловая активность в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота его средств. Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных финансовых коэффициентов. «Золотое правило экономики» гласит:

- 1) Темп роста прибыли от продаж должен опережать темп роста выручки, что означает рост рентабельности производства.
- 2) Темп роста выручки от реализации должен опережать темп роста активов, что означает повышение эффективности использования активов.
- 3) Все темпы роста должны быть более 100%.

Рентабельность более полно, чем прибыль, характеризует окончательные результаты хозяйствования, потому что ее величина показывает соотношение эффекта с наличными или используемыми ресурсами. Рентабельность применяют для оценки деятельности организации и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Рентабельность предприятия – это показатель, характеризующий доходность его деятельности, или, другими словами, показатель экономической эффективности. В определенной степени этот параметр показывает, насколько эффективно компания использует имеющиеся в ее распоряжении экономические, природные, денежные и трудовые ресурсы.

Рентабельность продаж характеризует эффективность предпринимательской деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж.

Для продолжения деятельности предприятия необходимо выяснить возможность появления рисков. Одним из основных является банкротство. Согласно ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. несостоятельность (банкротство) – признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей. Под должником в данном определении понимается юридическое или физическое лицо, которое оказалось неспособным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) выполнить обязательства по уплате обязательных платежей. Денежное обязательство – обязанность данного должника по уплате денежных средств кредитору согласно заключенной гражданско-правовой сделке или по другому основанию, предусмотренному Гражданским кодексом и (или) бюджетным законодательством. Обязательными платежами являются налоги, сборы и прочие обязательные платежи, уплачиваемые в бюджет и государственные внебюджетные фонды, в том числе пени, штрафы и санкции, связанные с нарушением сроков и порядка уплаты налогов, сборов и прочих обязательных платежей, а также

установленные гражданским и уголовными нормами штрафы. Кредиторами являются юридические или физические лица, которые имеют право требования по денежным обязательствам и (или) обязательным платежам.[1]

В деле о банкротстве принимают участие такие органы исполнительной власти и органы местного самоуправления:

- 1) Правительство РФ;
- 2) Федеральные органы исполнительной власти;
- 3) Орган по контролю;
- 4) Регулирующий орган.

В табл. 3 указаны компетенции данных органов.

Таблица 3 – Компетенция органов исполнительной власти и органов местного самоуправления, связанных с вопросами, применяемых в деле о банкротстве

Название органа	Полномочие органа
Правительство РФ	Установление порядка передачи требований об уплате обязательных платежей и денежных обязательств, заявления о признании должника несостоятельным Координация органов федеральных исполнительных и государственных внебюджетных органов Установление порядка анализа платежеспособности стратегических организаций

Окончание таблицы 3

Федеральные органы исполнительной власти	Представляют требования об уплате обязательных платежей и требования по денежным обязательствам
Орган по контролю (надзору)	Ведение государственного реестра саморегулируемой организации арбитражных управляющих Контроль за соблюдением федеральных законов таких организаций и проверка деятельности данных организаций Подготовка арбитражных управляющих Возбуждение дела об административном правонарушении в отношении арбитражных управляющих и организаций арбитражных управляющих
Регулирующий орган	Утверждение единой программы подготовки арбитражных управляющих Утверждение, публикация и размещение на официальном сайте регулирующего органа в сети Интернет федеральных стандартов

Модель Бивера позволяет оценить финансовое состояние компании с точки зрения ее возможного будущего банкротства. Шкала оценки риска банкротства построена на основе сравнения фактических значений показателей с

рекомендуемыми. Вероятность банкротства компании оценивается по одной из групп (первая, вторая и третья группы) возможных состояний, где находится большинство расчетных значений показателей.

Все явления и процессы хозяйственной деятельности предприятий находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности. Одни из них непосредственно связаны между собой, другие косвенно. Отсюда важным методологическим вопросом в экономическом анализе является изучение и измерение влияния факторов на величину исследуемых экономических показателей.

Под факторным анализом понимается методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результативных показателей. При многоступенчатом факторном анализе проводится детализация факторов а и б на составные элементы с целью изучения их поведения. В этом случае изучается влияние факторов различных уровней соподчиненности.

Все вышеперечисленные методики позволяют точно оценить деятельность компании в определенной области. Профессиональное управление финансово-хозяйственной деятельностью неизбежно требует глубокого анализа, позволяющего наиболее точно оценить неопределенность ситуации с помощью современных качественных и количественных методов исследования.

В связи с этим существенно возрастает приоритет и роль анализа финансово-хозяйственной деятельности, основным содержанием которого является комплексное системное изучение показателей финансового состояния и факторов формирования с целью оценки степени финансовых рисков и прогнозирования уровня доходности капитала.

Таким образом, комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности позволяет выявить слабые стороны в работе предприятия и предложить рекомендации по улучшению экономического состояния.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «РИЭЛТСТРОЙКОМ»

2.1 Характеристика деятельности ООО «РиэлтСтройком»

Рынок риелторских услуг начал формироваться в России в девяностых годах прошлого века. Тогда значение этого сегмента экономики недооценили. 20–30 лет назад такая услуга не имела большой ценности. Агентства недвижимости в то время представляли собой организации ремесленного типа. В последние годы риелторский бизнес развивался, руководители компаний поняли, что его можно сделать крупным и системным, если выбрать правильную стратегию. [19]

Кризис существенно задел рынок недвижимости в России. Однако его влияние пока не столь масштабно, чтобы риелторские агентства начали массовые сокращения персонала или снижение зарплат. 2014 год был довольно успешен для рынка недвижимости: риелторы отмечали несколько пиков покупательской активности, связанных с нестабильностью рубля, ситуацией в банковском секторе, санкциями и так далее. Все эти события влияли на покупательскую активность и создавали дополнительный приток клиентов. [22]

Проведя опрос жителей по поводу критериев в выборе агенств недвижимости 32,3 процента респондентов заявили, что самый главный критерий агентства недвижимости — это его надежность. 29,9 процента отдадут предпочтение тому агентству, у которого безупречная репутация. 20,1 процента считают, что залог спокойствия клиента — это большой стаж работы агентства недвижимости на рынке. 14 процентов опрошенных отдадут предпочтение агентству, сотрудники которого демонстрируют высокий уровень профессионализма, а вот раскрученный бренд привлечет только 3,6 процента респондентов. [18]

Рынок жилой недвижимости представляет собой триаду составляющих, а именно: закономерно связанных друг с другом разноуровневых субъектов хозяйственного процесса, социально-экономических и экономико-правовых отношений, возникающих в процессе производства, распределения и потребления объектов жилой недвижимости, а также знаний об этих процессах.

Классификация субрынков в структуре рынка недвижимости представлена на рисунке 3.



Рисунок 3 – Рынок недвижимости

Предварительным этапом анализа финансово-хозяйственной деятельности является характеристика рассматриваемой организации. В данной работе анализируется предприятие «РиэлтСтройком».

Агентство недвижимости «РиэлтСтройком» работает на рынке недвижимости Челябинска с 1998 г., и известно, в первую очередь, как крупнейший продавец нового жилья. Каждый год компания продает более двух тысяч квартир в новых домах. За 20 лет работы она помогла обрести новый дом ста тысячам челябинцев.

Такие проекты, как жилые комплексы «Тополиная Аллея», «Кировский» и конечно же, первый лесной микрорайон «Залесье», стали настоящими бестселлерами и по праву заслужили всенародную любовь. А новые проекты

«Ленинские высотки» и «Дом на Курчатова» сразу привлекли к себе внимание покупателей и обещают стать не менее популярными.

На данный момент вышеназванное агентство является эксклюзивным продавцом недвижимости в крупнейших строительных проектах Челябинска, а именно:

- 1) Тополиная Аллея;
- 2) Кировский;
- 3) Манхэттен;
- 4) Ленинские высотки;
- 5) Залесье;
- 6) Женева;
- 7) Просторы;
- 8) Дом на Курчатова;
- 9) Вишневая горка.

АН «РиэлтСтройком» предоставляет все виды услуг на рынке жилой и коммерческой недвижимости:

- 1) Купля-продажа строящегося, готового и вторичного жилья в Челябинске и за его пределами;
- 2) Услуги аренды жилья;
- 3) Консультации и помощь в оформлении ипотеки;
- 4) Реализация жилищных сертификатов;
- 5) Оценка недвижимого имущества;
- 6) Профессиональный контроль за проведением сделки.

Таким образом, можно сказать, что «РиэлтСтройком», являясь вроде бы обычным агентством недвижимости имеет такие преимущества как опыт, профессионализм и имеет в продаже уникальные строительные проекты в городе Челябинске.

2.2 Горизонтальный анализ

Горизонтальный анализ заключается в построении аналитической таблицы, в которой абсолютные показатели дополняются относительными темпами роста. Горизонтальный анализ – это как бы просмотр всех статей актива и пассива по горизонтали. Он позволяет выявить тенденции изменения отдельных статей актива и пассива аналитического баланса, определить, как, например, изменились

статьи актива и пассива в абсолютном и относительном выражении на конец анализируемого периода по сравнению с его началом [7]

При горизонтальном анализе отчетности (например, баланса), берется показатель (строка) и прослеживается его изменение в течение двух или более периодов. В качестве периодов могут браться любые одинаковые временные интервалы, но обычно для бухгалтерской отчетности используют поквартальный анализ или анализ данных по годам. Количество анализируемых периодов может варьировать в зависимости от конкретной задачи, однако качественный анализ, как правило, возможен, когда в анализируемом ряду 3 и более периодов.

На основании данных приложения можно сделать следующие выводы: в 2016 году по отношению к 2015 году произошло увеличение общей стоимости активов компании на более чем 9 %.

Стоимость основных средств увеличилась на 5 %. Наиболее значительно в относительном выражении снизились остатки готовой продукции – на 72,23 %. Это отрицательно сказалось на финансовом состоянии организации, так как снижение произошло не только за счет ускорения реализации, а также за счет резкого снижения (более чем на 15 %) заказов. Значительное снижение стоимости материальных запасов (более чем на 15 %) вызвано невозможностью их пополнения.

Наблюдается снижение краткосрочной дебиторской задолженности, что является положительным фактором, так как объема реализации снизился на 15 %, а задолженность на 14 %, следовательно, состояние расчетов с покупателями улучшилось. Однако долгосрочная дебиторская задолженность увеличилась на более чем 17%.

Стоимость основных средств увеличилась на 5 %, это свидетельствует о том, что компания приобретала основные средства. Количество денежных средств также увеличилось (на 167 %). Остатки готовой продукции снизились на 72%, это свидетельствует об ускорении реализации.

Уставный капитал не изменился. Предприятие не привлекает долгосрочные заемные средства, т.е. отсутствуют инвестиции в производство. Заемные средства сократились на 15 %, что свидетельствует о том, что компании хватает собственных средств для расчетов по обязательствам. В составе кредиторской задолженности незначительно увеличилась сумма задолженности перед поставщиками и подрядчиками (на 1,28 %), выросла задолженность перед персоналом на 9,28 %. Задолженность перед внебюджетными фондами и бюджетом увеличилась на 19,75 % и 10,45 % соответственно. В 2017 году по сравнению с 2016 годом выросла прибыль предприятия на 26,75 %. В составе кредиторской задолженности произошло увеличение задолженности перед поставщиками и подрядчиками. Уменьшилась задолженность перед персоналом по оплате труда. Как следствие происходит рост задолженности перед внебюджетными фондами и налоговыми органами.

На предприятии валюта увеличилась за 2 года на 8 %, то есть на 8 987 461 рублей, и составила 65 939 860 руб. в 2017 году. Увеличение денежных средств на счетах свидетельствует, как правило, об укреплении финансового состояния предприятия. Внеоборотные активы увеличились на 4 511 451 рублей и составили в 2017 году 52 803 365 рублей. Это говорит об увеличении производственного потенциала предприятия на конец отчетного периода. По оборотным активам так же произошло увеличение на 4 476 010 рублей. Однако по сравнению с 2015 годом запасы в 2017 году уменьшились на 4 %.

В пассиве баланса замечено увеличение краткосрочной кредиторской задолженности на 37 %, что говорит о появлении у предприятия новых денежных обязательств (соответственно, новые кредиты). Доля краткосрочных обязательств выросла на 53 %. Долгосрочные займы и кредиты напротив снизились на 26 %. Это уменьшение долгосрочных обязательств наряду с ростом краткосрочных может привести к ухудшению финансовой устойчивости предприятия. Доля собственного возросла на 0,4 %, что свидетельствует о повышении независимости предприятия.

2.3 Вертикальный анализ

Противоположным по смыслу горизонтальному анализу является вертикальный анализ отчетности, где сравнение идет не в хронологии (по периодам), а в рамках одного периода в сравнение с другими показателями.

Вертикальный анализ предполагает изучение соотношений разделов и статей баланса, их долей в итоге баланса, т.е. структуры активов и пассивов. Он имеет большое значение, который дает представление финансового отчета в виде относительных показателей. Вертикальный анализ необходимо проводить в каждом отчетном периоде. Вертикальный анализ оборотных активов необходимо проводить минимум два раза в год. Единственным минусом можно считать множественные расчеты.

Вертикальный анализ проводится при помощи аналитической таблицы, представленной в приложении Г, и предполагает изучение изменений статей актива и пассива баланса с целью прогнозирования изменения их структуры.

Цель вертикального анализа заключается в расчете удельного веса отдельных статей в итоге баланса и оценке его изменений. Если увеличивается доля оборотных средств, то можно сделать следующие выводы:

- может быть сформирована более мобильная структура активов, что улучшает финансовое положение предприятия, т.к. способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств;
- может быть отвлечена часть текущих активов на кредитование потребителей товаров, прочих дебиторов;
- может быть сворачивание производственной базы [8].

Горизонтальный и вертикальный анализ взаимодополняют друг друга. На их основе строится сравнительный аналитический баланс. Рассмотрим горизонтальный анализ баланса за три года в приложении Д.

В общей структуре активов внеоборотные активы на 2015 год занимают наибольший удельный вес – около 85 %. Однако из года в год можно проследить тенденцию уменьшения доли внеоборотных активов. В то время как оборотные активы увеличиваются в доле с 15 % до 21 %. Следует отметить, что значимость

оборотных и внеоборотных активов для производственных и торговых компаний различна. Удельный вес сырья и материалов в структуре активов занимает 0,9 %, т.е. по сравнению с 2015 годом этот показатель снизился на 0,22 %. Доля денежных средств в течение рассматриваемого периода также увеличилась (на 4,63 %). Удельный вес долгосрочной дебиторской задолженности в структуре активов составляет 14,37 %, что по отношению к 2015 году увеличилось на 2 единицы. Удельный вес остальных активов незначителен.

Рассматривая пассивы организации можно отметить снижение доли уставного капитала на 2 %. Удельный вес добавочного капитала тоже снижается (на 4 %). С 2015 года по 2017 год уменьшается доля займов и кредитов на 11 %. В рассматриваемый период удельный вес кредиторской задолженности увеличивается на 5 %.

По результатам анализа видно, что в начале периода основные средства составляют почти 80 % активов компании. В последующих периодах этот показатель снижается до 75,88 %. С другой стороны увеличивается доля дебиторской задолженности до 14,37 %. В пассиве баланса показано уменьшение долгосрочных заемных средств на 5,15 %, уменьшение кредиторской задолженности с 27,22 % до 15,65 %, доля собственного капитала приходится на уровне 45 %.

2.4 Анализ финансовой устойчивости

Стабильность положения организации определяется ее финансовой устойчивостью. В отличие от других характеристик финансового состояния предприятия, финансовая устойчивость характеризуется, прежде, всего, составом и структурой источников финансирования деятельности. Следовательно, основные показатели рассчитываются на основе пассива баланса, а именно на основе величины собственного капитала. В свою очередь, основным источником пополнения собственного капитала организации является чистая прибыль. Таким

образом, можно отметить тесную связь показателей устойчивости и показателями прибыли и рентабельности.

Финансовая устойчивость характеризуется как стабильность финансового положения предприятия, которая обеспечивается необходимой долей собственного капитала в составе совокупных источников финансирования. Необходимая или достаточная доля собственного капитала означает, что предприятие использует заемные источники финансирования только в том размере, в котором оно может обеспечить полный и своевременный возврат. Проблема, связанная со способностью предприятия отвечать по долгосрочным обязательствам и есть суть оценки финансовой устойчивости. Показатели, которые характеризуют данную часть анализа финансового состояния – коэффициенты обеспеченности оборотных активов источниками их формирования и прочие коэффициенты финансовой устойчивости, порядок расчета, обозначение и нормативное значение которых указаны в Приложении Д.

Величина абсолютных показателей определяет уровень финансовой устойчивости компании. Существует четыре типа финансовой устойчивости, которые представлены в таблице 4.

В первом столбце представлены числа, которые отражают финансовые показатели, а именно:

1. Излишек (недостаток) собственных источников формирования запасов и затрат;
2. Излишек (недостаток) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат;
3. Излишек (недостаток) общей величины источников формирования запасов и затрат.

Таблица 4 – Типы финансовой устойчивости

Значение трёхмерного показателя типа финансовой устойчивости	Комментарий
(1;1;1)	Абсолютная финансовая устойчивость: высокая платежеспособность, предприятие не зависит от кредиторов.

(0;1;1)	Нормальная финансовая устойчивость: нормальная платежеспособность, эффективное использование заемных средств.
(0;0;1)	Неустойчивое финансовое состояние: нарушение платежеспособности, необходимость привлечения дополнительных источников, возможность улучшения ситуации.
(0;0;0)	Кризисное финансовое состояние: неплатежеспособность предприятия, грань банкротства.

Положительное значение всех абсолютных показателей финансовой устойчивости говорит о том, что анализируемая организация обладает абсолютной финансовой устойчивостью, а именно имеет достаточное количество собственных источников формирования запасов и затрат. Отрицательное значение собственных источников формирования запасов и затрат является показателем нормальной финансовой устойчивости, организация не имеет достаточного количества собственных источников формирования запасов и затрат, однако привлечение долгосрочных кредитов и займов обеспечивают данную потребность. Неустойчивое финансовое состояние характеризуется отрицательными значениями первых двух коэффициентов, то есть существует возможность восстановить равновесие путем привлечения заемных средств. Неустойчивое финансовое состояние объясняется невозможностью покрыть собственными средствами даже кредиторскую задолженность.

Обозначенные показатели необходимо рассчитывать в динамике для определения направления развития компании в плане обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

Источниками собственных средств является третий раздел баланса «Капитал и резервы». Внеоборотные активы это первый раздел баланса. Долгосрочные кредиты и займы взяты из четвертого раздела строки заемных средств. Сумма краткосрочных кредитов и займов и кредиторской задолженности взята из пятого раздела баланса путем суммирования заемных средств и кредиторской задолженности. Величину материальных оборотных средств составляют запасы из

второго раздела «Оборотные активы» в статье запасов. Остальные способы расчета показателей описаны в приложении.

Также можно проследить динамику относительных показателей финансовой устойчивости исходя из приложения Е, таблицы 5 и рисунка 3.

Таблица 5 – Значения относительных показателей финансовой устойчивости за три года

Наименование показателя	Принятые обозначения	2015 год	2016 год	2017 год
Собственный капитал	СК	32 673 462	33 133 210	35 092 149
Баланс (итог по активу / пассивы)	Б	56 952 399	62 233 840	65 939 860
Заемный капитал	ЗК	24 278 937	29 100 630	30 847 711
Собственные оборотные средства	СОС	-15 618 452	-17 388 692	-17 711 216
Оборотные активы	ОА	8 660 485	11 711 938	13 136 495
Внеоборотные активы	ВА	48 291 914	50 521 902	52 803 365
Чистые оборотные средства	ЧОА	-118 824	-3 079 905	-7 394 524
Краткосрочные обязательства	КО	8 779 309	14 791 843	20 531 019
Материальные оборотные средства (запасы)	МОС	645 726	544 088	597 585

Коэффициент автономии характеризует отношение собственного капитала к общей сумме капитала и показывает, насколько организация независима от кредиторов. В нашем случае за все три года он равен чуть больше 0,5, при норме больше 0,5.

Коэффициент финансовой зависимости характеризует отношение заемного капитала организации к общей сумме всего капитала и описывает структуру капитала организации. У рассматриваемой организации данный коэффициент составляет примерно 0,4 при норме менее 0,8.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств или же по-другому плечо финансового рычага показывает, сколько приходится заемных средств на 1 рубль собственных средств. У данного предприятия значение этого коэффициента составляет около 0,8, в то время как нормой данного коэффициента является значение от 0,5 до 0,7. Соответственно в нашем случае плечо финансового рычага переходит пределы нормы. При высоком значении плеча финансового рычага

использование заемного капитала не дает прироста рентабельности собственного капитала.

Коэффициент маневренности показывает способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала, а также пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников. При норме от 0,2 до 0,5 коэффициент маневренности нашего предприятия составляет около -0,5, что является отрицательным значением.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств показывает, сколько оборотного капитала предприятия приходится на внеоборотные активы. В данном предприятии этот коэффициент равен примерно 0,2 и в течение рассматриваемого периода только растет. Если это значение больше 1, то преобладают оборотные активы, если меньше – доминируют внеоборотные активы, а также чем больше значение этого показателя, тем предприятие более вкладывается в оборотные активы. Следовательно, у рассматриваемого агентства преобладают внеоборотные активы.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами является индикатором способности компании финансировать оборотный капитал за счет собственных оборотных средств. Значение показателя демонстрирует долю собственных оборотных средств в сумме оборотных активов компании. В рассматриваемом случае данное значение показателя является отрицательным при норме больше или равно 0,1, что свидетельствует о значительной финансовой зависимости компании от внешних кредиторов. Однако в течение трех лет данный показатель только возрастает. Доля чистых оборотных активов в валюте баланса также имеет отрицательное значение при норме больше нуля, однако данный показатель незначительно меньше нормы.

Доля собственных оборотных средств в величине запасов и затрат показывает, в какой мере материальные запасы и затраты покрыты собственными источниками и не нуждаются в привлечении заемных средств. Нормой является значение коэффициента от 0,6 до 0,8, однако в нашем случае данный показатель

значительно ниже нормы. Чем ниже значение показателя, тем выше финансовый риск и зависимость от кредиторов.

Коэффициент обеспечения собственным капиталом (коэффициент автономии) характеризует отношение собственного капитала к общей сумме капитала (активов) организации и показывает, насколько организация независима от кредиторов. Чем больше значение, тем меньше предприятие зависит от источников финансирования, и наоборот. В данном предприятии в течение рассматриваемого периода значение показателя равно 0,6, что является оптимальным.

По состоянию на 31.12.2015 г. предприятие имеет неустойчивое финансовое состояние, поскольку наблюдается большой недостаток собственных оборотных средств, за счет которых мы не можем сформировать запасы и затраты.

На рисунке 4 представлена динамика относительных показателей финансовой устойчивости за 2015, 2016 и 2017 года.

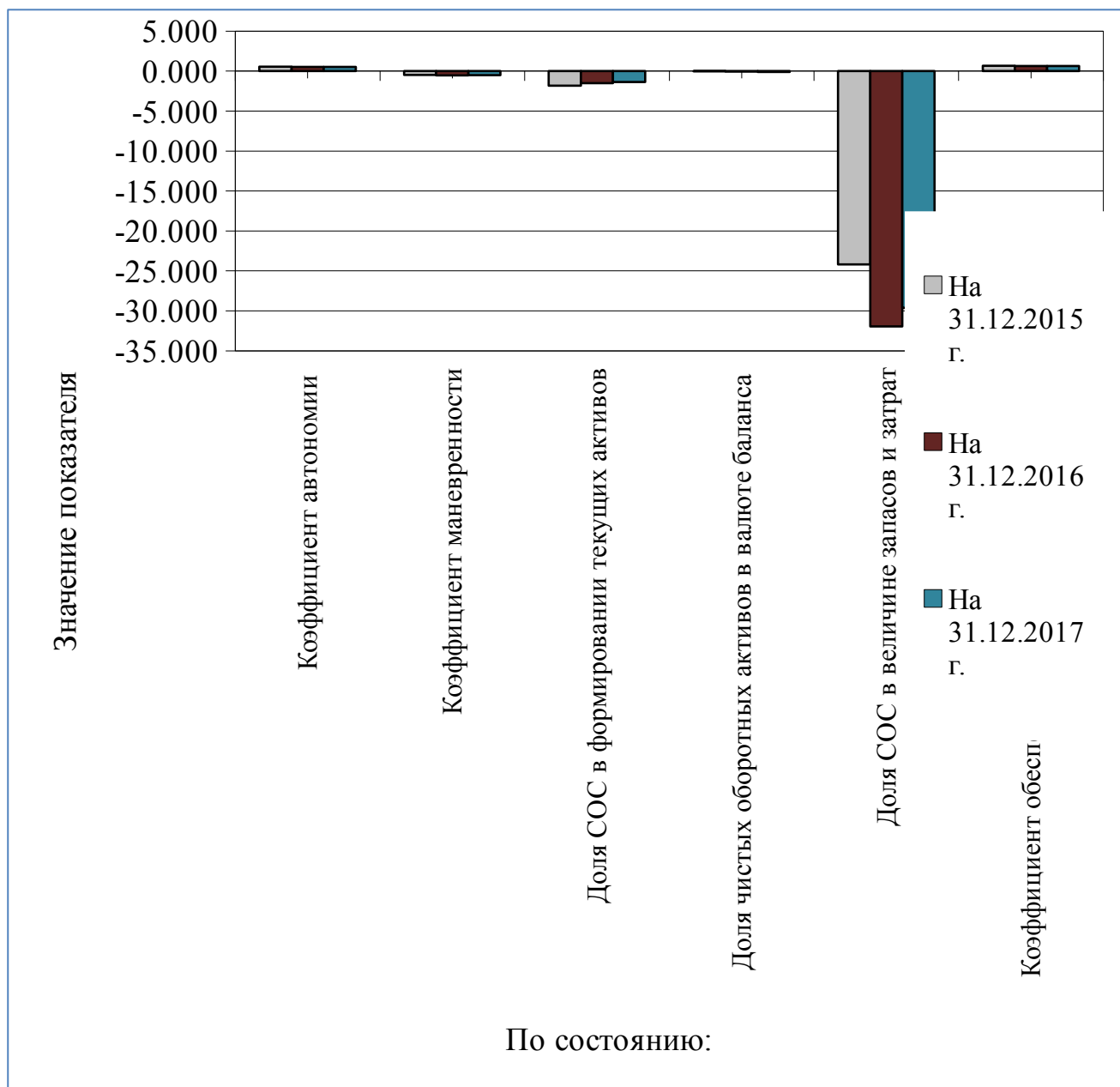


Рисунок 4 – Динамика относительных показателей финансовой устойчивости

На протяжении трех лет мы можем наблюдать различные изменения в показателях, но показатель финансовой устойчивости остается таким же. Оно чревато нарушением платежеспособности, однако возможность восстановления равновесия в результате пополнения источников собственных средств за счет сокращения дебиторской задолженности, ускорения оборачиваемости запасов сохраняется.

2.5 Анализ ликвидности

Главным критерием объективной и точной оценки финансово-экономического состояния предприятия являются показатели платежеспособности и ликвидности.

Ликвидность – способность активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной. Ликвидность – способность обращаться в деньги.

Обычно различают высоколиквидные, низколиквидные и неликвидные ценности (активы). Чем легче и быстрее можно получить за актив полную его стоимость, тем более ликвидным он является. Для товара ликвидности будет соответствовать скорость его реализации по номинальной цене.

В российском бухгалтерском балансе активы предприятия расположены в порядке убывания ликвидности. Их можно разделить на следующие группы:

- А1. Высоколиквидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения);
- А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная дебиторская задолженность, т.е. задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты);
- А3. Медленно реализуемые активы (прочие, не упомянутые выше, оборотные активы);
- А4. Труднореализуемые активы (все внеоборотные активы). [21]

Пассивы баланса по степени возрастания сроков погашения обязательств группируются следующим образом:

- П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства, к которым относится текущая кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками, персоналом, бюджетом и т.п.);
- П2. Среднесрочные обязательства (краткосрочные кредиты и займы, резервы предстоящих расходов, прочие краткосрочные обязательства);
- П3. Долгосрочные обязательства (раздела IV баланса "Долгосрочные пассивы");
- П4. Постоянные пассивы (собственный капитал организации). [21]

Сделав расчеты представленные в приложениях Ж и И, можно увидеть результаты в таблице 6.

Таблица 6 – Результаты анализа ликвидности

Платежный излишек (недостаток), тыс. руб.	На 31.12.2015 г.	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Платежный излишек (недостаток) по группе А1-П1	-7 460 807	-9 695 018	-9 169 535
Платежный излишек (недостаток) по группе А2-П2	6 230 282	5 998 572	885 186
Платежный излишек (недостаток) по группе А3-П3	-14 470 458	-13 763 169	-9 622 059
Платежный излишек (недостаток) по группе П4-А4	-15 700 983	-17 459 615	-17 906 408

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги по каждой группе активов и пассивов. Идеальной считается ликвидность, при которой выполняются условия, представленные в таблице 7. Также там можно увидеть соотношения активов и пассивов рассматриваемой организации.

Таблица 7 – Фактический уровень ликвидности баланса

Условие абсолютной ликвидности баланса:	А1	>	П1
	А2	>	П2
	А3	>	П3
	А4	<	П4
На 31.12.2015 г.	А1	<	П1
	А2	>	П2
	А3	<	П3
	А4	>	П4
На 31.12.2016 г.	А1	<	П1
	А2	>	П2
	А3	<	П3
	А4	>	П4
На 31.12.2017 г.	А1	<	П1
	А2	>	П2
	А3	<	П3
	А4	>	П4

Сделав расчеты за 2015, 2016 и 2017 года, можно увидеть, что высоколиквидные активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения) меньше наиболее срочных обязательств (кредиторская задолженность), медленно реализуемые активы меньше долгосрочных обязательств, а трудно реализуемые активы (внеоборотные активы) наоборот больше постоянных пассивов. Исходя из условия абсолютной ликвидности баланса, можем сделать

вывод: из-за невыполнения хотя бы одного неравенства предприятие не может считаться абсолютно ликвидным.

Анализ ликвидности баланса позволяет определить наличие ресурсов для погашения обязательств перед кредиторами, но он является общим и не позволяет точно определить платежеспособность предприятия. Для этого, на практике, используют относительные показатели ликвидности. Эти показатели указывают на сбалансированность текущих обязательств и оборотных активов. Расчет относительных показателей ликвидности представлен в приложении К.

Рассмотрим подробнее данные показатели:

- 1) Коэффициент абсолютной ликвидности. Показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время и характеризует платёжеспособность предприятия на дату составления баланса;
- 2) Коэффициент промежуточной ликвидности. Показывает прогнозируемые платёжные возможности предприятия при условии своевременного проведения расчётов с дебиторами;
- 3) Коэффициент текущей ликвидности. Показывает степень, в которой текущие активы покрывают текущие пассивы.

Динамику данных показателей можно проследить на рисунке 5.

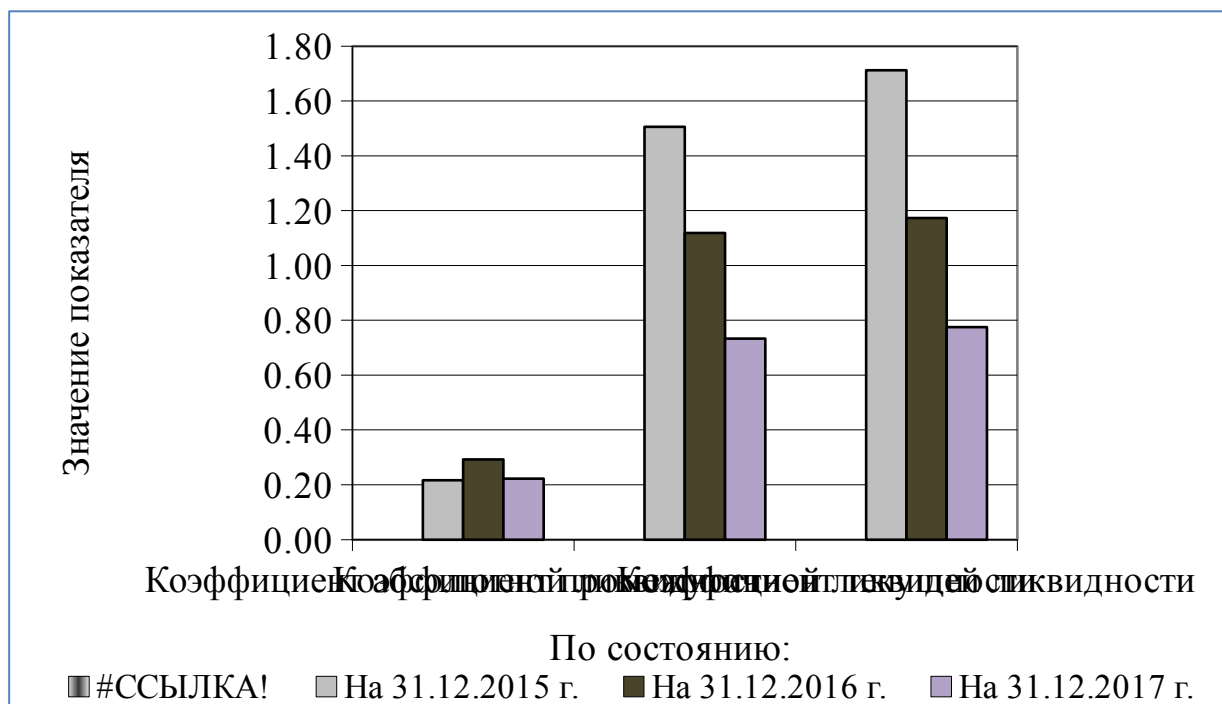


Рисунок 5 – Динамика относительных показателей ликвидности

Исходя из проведенных расчетов, коэффициент абсолютной ликвидности за все три года при норме не менее 0,2 не опускается ниже 0,22. Это значит, что предприятие является платежеспособным, чтобы погасить необходимую часть краткосрочных обязательств немедленно.

Коэффициент текущей ликвидности по данным за три года больше 2, к тому же он снизился до 0,77. К конечному году он стал входить в промежуток от 0,7 до 1, что является нормой. Это свидетельствует о рациональном вложении своих средств и эффективном их использовании.

Коэффициент текущей (срочной) ликвидности в 2015 и 2016 году находился в пределах нормы, однако в 2017 году снизился до 0,73. Низкое значение указывает на необходимость постоянной работы с дебиторами, чтобы обеспечить возможность обращения наиболее ликвидной части оборотных средств в денежную форму для расчетов.

2.6 Анализ деловой активности

Одним из направлений анализа результативности деятельности предприятия является оценка его деловой активности. Деловая активность проявляется в

динамичности развития организации, достижении ею поставленных целей, что отражают абсолютные стоимостные и относительные показатели.

Деловая активность коммерческой организации проявляется в динамичности ее развития, достижении ею поставленных целей, эффективном использовании экономического потенциала, расширении рынков сбыта своей продукции. Для ее оценки используются как качественные критерии, так и количественные показатели (натуральные и стоимостные) [12].

Для того, чтобы произвести анализ деловой активности нам необходимы показатели, представленные в таблице 8.

Таблица 8 – Основные показатели деятельности предприятия

Наименование показателя, руб.	За 2015 год	За 2016 год	За 2017 год	Абсолютное отклонение от аналогичных показателей предыдущего года		Темпы роста по отношению к аналогичным показателям предыдущего года, %	
				За 2016 год	За 2017 год	За 2016 год	За 2017 год
Выручка от продаж (нетто)	57 443 525	59 607 802	60 535 362	2 164 277	927 560	103,77	101,56
Себестоимость реализованной продукции	54 047 304	54 498 284	55 114 806	450 980	616 522	100,83	101,13
Валовая прибыль	3 396 221	5 109 518	5 420 556	1 713 297	311 038	150,45	106,09
Коммерческие расходы	0	0	0	0	0		
Управленческие расходы	886 195	854 377	954 525	-31 818	100 148	96,41	111,72
Прибыль (убыток) от продаж	2 510 026	4 255 141	4 466 031	1 745 115	210 890	169,53	104,96
Прочие доходы	4 032 282	5 886 840	5 864 202	1 854 558	-22 638	145,99	99,62
Прочие расходы	5 032 268	7 119 885	6 706 671	2 087 617	-413 214	141,48	94,20
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 149 122	2 350 758	3 205 265	1 201 636	854 507	204,57	136,35
Чистая прибыль	467 808	2 310	2 543	1 843	233	493,99	110,08

(убыток)		946	975	138	029		
----------	--	-----	-----	-----	-----	--	--

Как можно заметить из данной таблицы выручка за рассматриваемый период увеличилась на более чем 3 млн. рублей. Впрочем, такие показатели как себестоимость, валовая прибыль, управленческие расходы, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистая прибыль тоже увеличиваются из года в год. Несмотря на это прочие доходы и прочие расходы незначительно уменьшились в 2017 году, сравнивая с 2016 годом.

Динамику данных показателей можно проследить на рисунке 6.

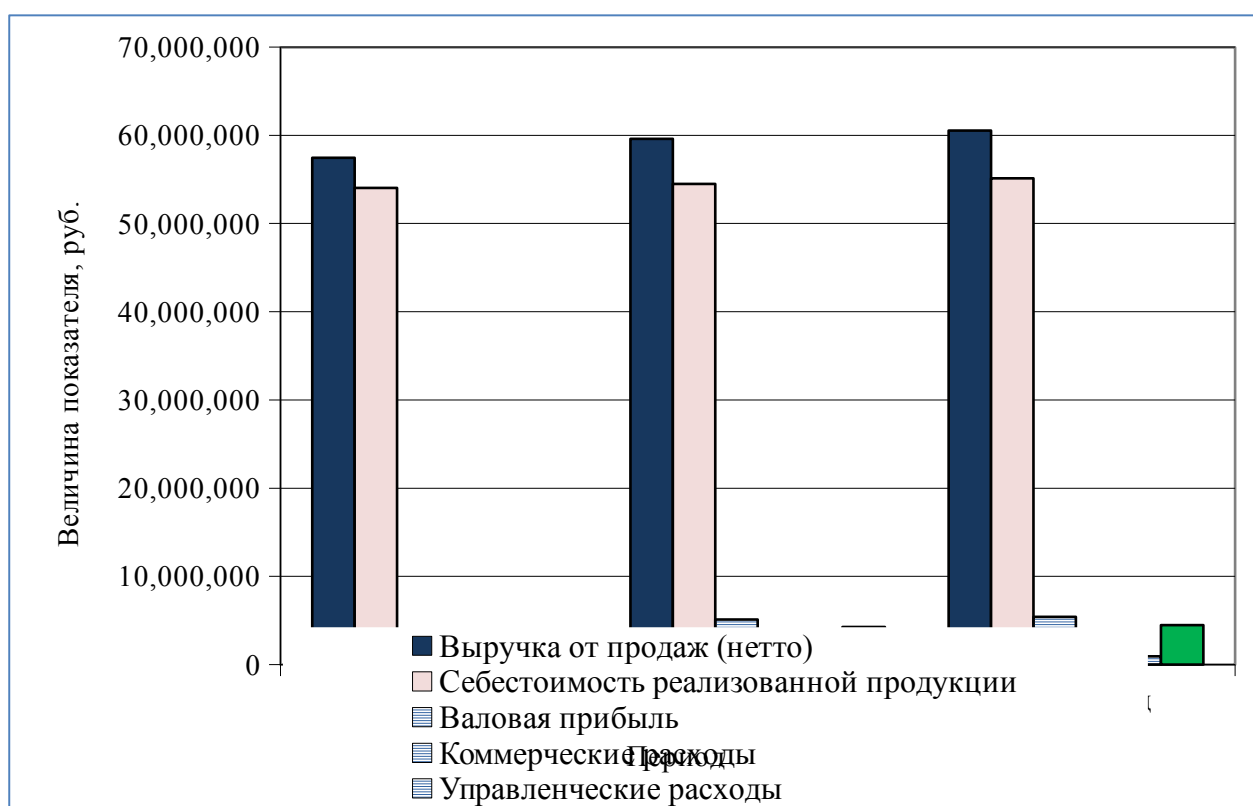


Рисунок 6 – Динамика основных показателей деятельности

Как можно проследить по рисунку, все основные показатели понемногу растут (а в особенности выручка от продаж), что является положительным эффектом.

С помощью представленных выше значений мы можем рассчитать основные показатели деловой активности, такие как:

- 1) Фондоотдача внеоборотных активов;
- 2) Фондоотдача основных фондов;
- 3) Коэффициент оборачиваемости оборотных средств;
- 4) Средняя продолжительность обращения оборотных активов;

- 5) Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;
- 6) Средний период обращения кредиторской задолженности;
- 7) Коэффициент оборачиваемости собственного капитала;
- 8) Коэффициент оборачиваемости заёмного капитала.

Расчет всех вышеперечисленных показателей представлен в приложении Л.

Коэффициент фондоотдачи внеоборотных активов характеризует эффективность использования основных средств и прочих внеоборотных активов, измеряется величиной продаж, приходящихся на единицу стоимости средств. В нашем случае он равен 1,2 и в течение рассматриваемого периода уменьшается на 0,03.

Фондоотдача основных фондов показывает уровень эффективности использования основных производственных средств предприятия и определяет количество продукции, производимой на один рубль вложенных средств. У рассматриваемого предприятия данный показатель равен 1,28, а в 2017 году он снизился на 4%. Это может говорить о том, что стоимость основных средств увеличилась больше, чем выпуск продукции.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует эффективность использования оборотных активов. В рассматриваемом случае данный коэффициент в период с 2016 по 2017 год снизился на 1 оборот, что может быть вызвано следующими причинами: накопление и переизбыток оборотных средств (чаще всего запасов); рост кредиторской задолженности предприятия.

Средняя продолжительность обращения оборотных активов характеризует длительность оборота оборотных активов, показывающая среднее время пребывания оборотных активов в процессе кругооборота в днях. В нашем случае она составляет 62 дня, но в 2017 году она увеличивается до 75 дней, однако чем меньше дней составляет оборот, тем эффективнее могут использоваться оборотные активы.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности показывает, сколько требуется оборотов для оплаты кредиторской задолженности. В течение рассматриваемого периода данный показатель снижается на 2 пункта, это

свидетельствует о росте покупок, осуществляемых за счет коммерческого кредита. Чем выше значение данного показателя, тем быстрее предприятие погашает долг перед кредиторами.

Средний период обращения кредиторской задолженности характеризует период времени, который проходит с момента продажи до момента получения оплаты. У нашего агентства данный показатель вырастает на 12 пунктов. Увеличение данного показателя говорит о том, что срок возврата долгов предприятия (за исключением обязательств перед банками и по прочим займам) составит в 2017 году 52 дня.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала представляет количество оборотов, требуемых для оплаты выставленных счетов. В течение рассматриваемого периода данный показатель незначительно снижается (на 0,04 оборота). Сокращение данного коэффициента свидетельствует о том, что предприятие недостаточно эффективно используют капитал.

Коэффициент оборачиваемости заёмного капитала характеризует интенсивность использования заемного капитала организации и показывает, сколько раз за период средняя сумма ее заемного капитала возмещается выручкой, или сколько рублей выручки дает каждый рубль заемного капитала. Этот показатель в течение рассматриваемого периода снизился на 0,21 оборота. что может быть обусловлено увеличением стоимости заемного капитала.

Рассмотрев все данные показатели можно сверить их с основами «золотого правила экономики»:

- 1) Темп изменения прибыли выше 100%, т. е. наблюдается ее прирост.
- 2) Темп роста прибыли выше темпа увеличения выручки.
- 3) Темп увеличения выручки выше темпа прироста активов.

Соответствует ли показатели нашего предприятия можно увидеть в таблице 9.

Таблица 9 – Сравнение динамики активов и финансовых результатов

Период	Темп роста активов, %		Темп роста выручки от продаж, %		Темп роста чистой прибыли, %
--------	-----------------------	--	---------------------------------	--	------------------------------

За 2017 год	107,54	>	101,56	<	110,08
"Золотое правило экономики"	Темп роста активов, %	<	Темп роста выручки от продаж, %	<	Темп роста чистой прибыли, %

Проанализировав полученные результаты, можно сделать вывод, что выполняются только два пункта из правила: все темпы роста составляют более 100%, темп роста прибыли выше темпа роста выручки от продаж. Однако не соблюдается третий пункт, где говорится, что темп роста выручки от реализации должен опережать темп роста активов. Поэтому «золотое правило экономики не может быть выполнено. Нарушение «золотого правила» говорит о необходимости поиска негативных явлений, которые снижают эффективность деятельности предприятия.

2.7 Анализ показателей рентабельности

Рентабельность — это относительный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов.[13] Рентабельность характеризует отношение (уровень) прибыли к авансированному капиталу и его элементам; источникам средств или их элементам; общей величине текущих расходов и их элементам. Показатель рентабельности отражает, какая сумма прибыли получена организацией на каждый рубль капитала, активов, расходов и т. д.

Основной целью анализа рентабельности организации является разработка и принятие экономически обоснованных управленческих решений, направленных на устойчивый рост ее финансовых результатов и поиск путей повышения эффективности деятельности. [6]

Организация, работающая неэффективно, не в состоянии решать стратегические задачи, а также развивать свою деятельность. И наоборот, компания, с высокими показателями эффективности имеет широкие возможности

не только для текущего функционирования, но и для расширения масштабов в перспективе, привлечения инвесторов и кредиторов. [6]

Основными показателями рентабельности являются:

- 1) Рентабельность продаж;
- 2) Рентабельность производства (рентабельность основной деятельности);
- 3) Рентабельность собственного капитала;
- 4) Рентабельность заемного капитала;
- 5) Рентабельность активов;
- 6) Рентабельность внеоборотных активов;
- 7) Рентабельность собственного оборотного капитала.

Расчет всех вышеперечисленных показателей можно найти в приложении М.

Также динамику всех значений этих показателей можно посмотреть на рисунке 7.

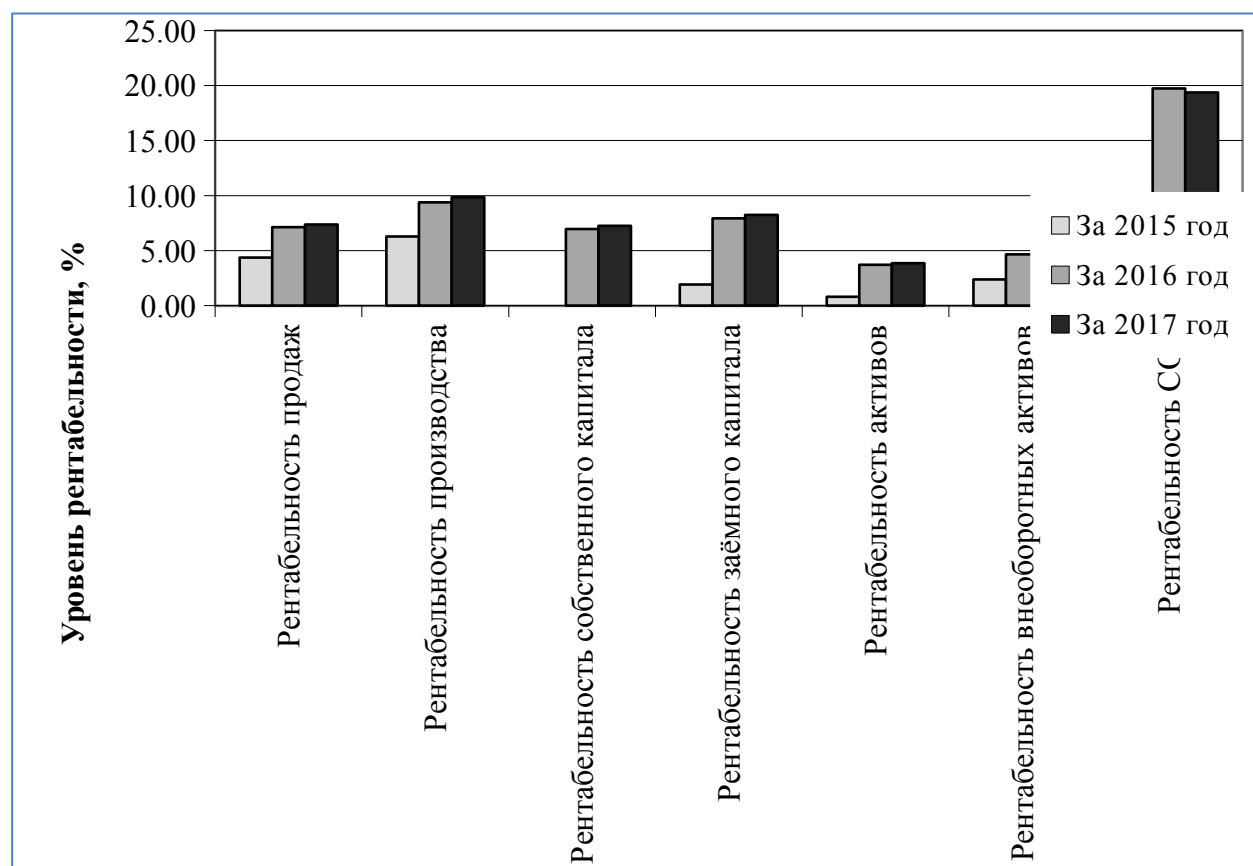


Рисунок 7 – Основные показатели рентабельности за три года

Рентабельность продаж показывает доходность реализации, т.е. на сколько рублей нужно реализовать продукции, чтобы получить 1 руб. прибыли. Напрямую связан с динамикой цены реализации, уровнем затрат на производство. Рентабельность продаж в период с 2015 по 2017 год увеличилась на 3 %, что является не сильным изменением. Не смотря на это, рентабельность остается

положительным значением. В большей степени на этот показатель повлияло увеличение прибыли.

Рентабельность производства (рентабельность основной деятельности) показывает прибыль от понесенных затрат на производство продукции. Дополняет показатель рентабельности продаж. Динамика коэффициента может свидетельствовать о необходимости пересмотра цен или усиления контроля над себестоимостью реализованной продукции. Наблюдается рост рентабельности производств. Рентабельность производства в период с 2015 по 2017 год увеличилась почти на 0,04 %. Здесь в большем количестве на изменение данного показателя повлияло увеличение валовой прибыли в течение данного периода.

Рентабельность собственного капитала отражает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия. Рентабельность собственного капитала в период с 2015 по 2017 год увеличилась на 6 %, т.е. отдача на инвестиции собственников возросла, что немного увеличило инвестиционную привлекательность данного предприятия. На что в большей степени повлияло увеличение чистой прибыли.

Рентабельность заемного капитала отражает эффективность использования заемных средств, то есть отражает величину прибыли, приходящейся на каждый рубль заемных средств. Рентабельность заемного капитала в период с 2015 по 2017 год увеличилась на 6 %, на что также как и на рентабельность заемного капитала повлияло увеличение чистой прибыли.

Рентабельность активов определяет эффективность использования всего имущества предприятия. При сравнении рентабельности капитала с рентабельностью продукции и величиной ставки банковского кредита можно сделать вывод либо о неоправданном завышении кредитной ставки, либо о неудовлетворительном использовании капитала предприятия. Рентабельность активов в период с 2015 по 2017 год увеличилась на 3 %, что свидетельствует о растущем спросе на услуги и на что в равной степени повлияло как чистой прибыли, так и увеличение.

Рентабельность внеоборотных активов измеряет величину чистой прибыли, приходящейся на единицу стоимости внеоборотных активов. Рентабельность внеоборотных активов в период с 2015 по 2017 год увеличилась на 4 %, следовательно, внеоборотные активы используются эффективно. Повлияли на этот показатель, как увеличение прибыли, так и увеличение стоимости внеоборотных активов.

Рентабельность собственного оборотного капитала отражает величину чистой прибыли, приходящуюся на 1 руб. вложений в собственные оборотные средства. Рентабельность собственного оборотного капитала в период с 2015 по 2017 год увеличилась на 14 %, что является наибольшим изменением в данном анализе. На это повлияло, как и увеличение чистой прибыли, так и увеличение оборотных активов.

В целом, все показатели рентабельности увеличились, но по-прежнему они остаются на относительно низком уровне.

2.8 Анализ риска банкротства

В условиях кризиса, высокой конкуренции, нерационального управления и других факторов многие предприятия могут стать банкротами, что противоречит цели коммерческой фирмы. В этой связи прогнозирование риска банкротства рекомендуется делать каждому предприятию и данный анализ приобретает особую важность.

Несостоятельность (банкротство) – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [1].

Диагностику и прогнозирование банкротства обычно проводят на основе оценки структуры баланса (удовлетворительная и неудовлетворительная), коэффициентов восстановления/утраты платежеспособности и дискриминантных факторных моделей (Z-моделей Альтмана и др.).[15]

Для данного анализа есть множество различных методов, но я буду использовать метод У. Бивера. Он входит в категорию долгосрочных методов, так же как и модель Альтмана Э., модель Олсона Дж., Хардла У. и других.

Уильям Бивер был одним из первых, кто использовал аналитические коэффициенты для прогнозирования банкротства. Он предложил свою систему показателей для оценки финансового состояния предприятия с целью определения вероятности банкротства – пятифакторную модель, содержащую следующие показатели:

- коэффициент Бивера (коэффициент финансового краха);
- коэффициент рентабельности активов;
- коэффициент финансового рычага;
- коэффициент покрытия активами чистым оборотным капиталом;
- коэффициент покрытия.

Расшифровку данных коэффициентов можно увидеть в таблице 10ю

Таблица 10 – Коэффициенты по методике У. Бивера

Наименование показателя	Значение показателя за 2017 год	Значения показателей		
		Значения показателей благополучных компаний	Значения показателей компаний, которые обанкротились через пять лет	Значения показателей компаний, которые обанкротились через год
Коэффициент финансового краха	0,23	0,40	0,17	-0,15
Рентабельность активов	0,04	0,07	0,04	-0,22
Финансовый леверидж	0,47	0,37	0,50	0,80

Окончание таблицы 10

Коэффициент покрытия активами чистым оборотным капиталом	-0,27	0,40	0,30	0,06
Коэффициент покрытия	0,64	3,20	2,00	1,00

Значения этих коэффициентов сравниваются с нормативными величинами, и в соответствии с ними предприятию присваивается одно из трех состояний:

- 1) Финансово устойчивое;
- 2) Вероятное банкротство в течение пяти лет;
- 3) Вероятное банкротство в течение одного года.

Расчет вышеназванных коэффициентов можно увидеть в приложении Н.

Коэффициент финансового краха(коэффициент Бивера) в 2015 году составлял 0,37, что практически приближало его к группе значений благополучных показателей (1 группа). В последующих годах этот показатель повысился (за счет увеличения чистой прибыли), и превысил порог первой группы, что, несомненно, является благополучным показателем. Не смотря на то, что в 2017 году он уменьшился, наша компания все равно остается в группе финансово устойчивых компаний.

Рентабельность активов в начале рассматриваемого периода была на уровне 0,01. Это почти середина между второй и третьей группой, т.е. предприятие могло было бы обанкротиться примерно через 3 года. Однако за счет увеличения чистой прибыли и активов предприятие смогло добиться уже в следующем году значения второй группы, что несомненно для него плюс. Однако в 2017 году, значение осталось таким же.

Финансовый леверидж или же по-другому его название звучит как финансовый рычаг в 2015 году составил 0,22, что относит данный показатель к благополучным компаниям. За счет увеличения суммы активов в следующем году этот показатель стал равным 0,2, т.е. предприятие финансирует свою деятельность за счет собственных средств. В 2017 году показатель вернулся к отметке 0,22 за счет увеличения заемного капитала.

Динамику данных показателей можно увидеть на рисунке 8.

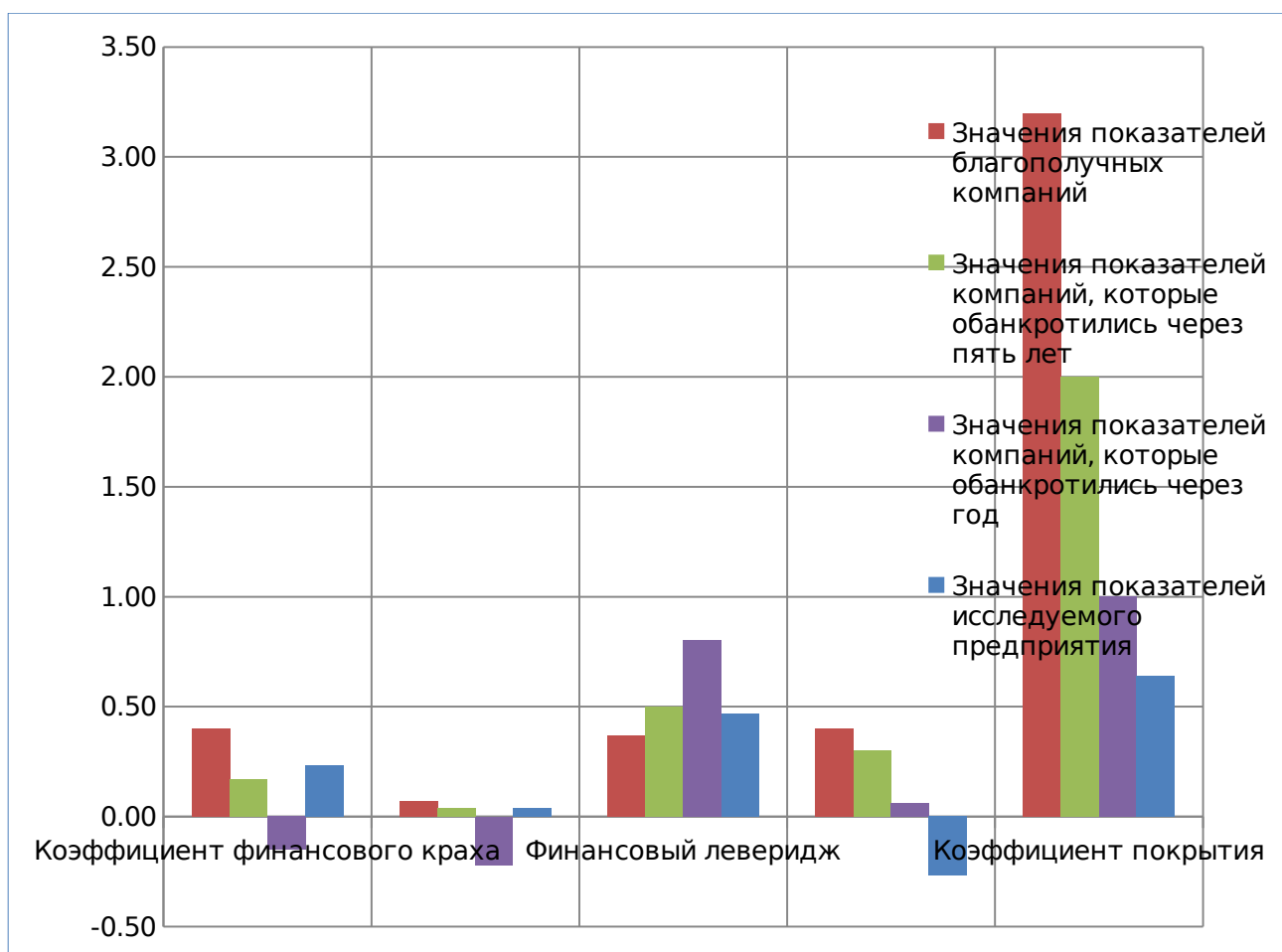


Рисунок 8 – Сравнение показателей различных групп компаний с показателями исследуемого предприятия за 2017 год по методике У. Бивера

Коэффициент покрытия активами чистым оборотным капиталом в 2015 году составляет $-0,27$, что означает, что активов больше, чем собственного капитала. Данный коэффициент относится к группе банкротов и практически не изменяется на протяжении 3 лет.

Коэффициент покрытия в начале рассматриваемого периода был равен $0,99$, что относило его к третьей группе банкротов. На протяжении 3 лет с каждым годом текущие обязательства становились все больше, и за счет этого коэффициент покрытия уменьшался. К концу периода коэффициент стал равен $0,64$, следовательно, он так и остался в третьей группе банкротов.

Суммируя все показатели можно сказать, что предприятие относится ко второй группе, т.е. группе, где значения показателей компаний, которые обанкротились через 5 лет.

Итак, смотря на все вышеперечисленные показатели можно подвести следующие итоги:

- наблюдается увеличение стоимости активов и пассивов компании на протяжении трех лет;
- рассматриваемое предприятие находится в неустойчивом финансовом положении;
- предприятие является не полностью ликвидным, так как коэффициент текущей ликвидности ниже нормированного показателя, в то время как коэффициент абсолютной и текущей ликвидности находятся в норме;
- выполняется условие, где темп роста должен быть больше 100% и темп роста выручки должен опережать темп роста затрат. Однако темп роста выручки от реализации не опережает темп роста активов. В итоге можно сказать, что показатель деловой активности является положительным;
- показатели рентабельности увеличились, но по-прежнему они остаются на относительно низком уровне;
- значения показателей банкротства немного разнятся, и в итоге можно сделать вывод, что вероятность банкротства в настоящий момент велика.

3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «РИЭЛТСТРОЙКОМ»

3.1 Выявление факторов нестабильности предприятия

Анализ хозяйственной деятельности компании «РиэлтСтройком» показал, что его положение находится на не высоко устойчивом уровне.

Рассматриваемая компания относится к предприятиям с неустойчивым финансовым состоянием. Однако она работает не в убыток и к отчетному периоду увеличило прибыль, что свидетельствует о грамотной политике предприятия.

Из-за невыполнения неравенств условий абсолютной ликвидности, можно говорить о том, что предприятие не является полностью ликвидным, однако предприятие остается платежеспособным.

Темпы роста выручки опережают темпы роста затрат, что влияет на показатель деловой активности. Данная тенденция развития предприятия является благоприятной. Однако не соблюдается условие, что темп роста выручки от реализации должен опережать темп роста активов. Поэтому «золотое правило экономики» не выполняется.

В целом, все показатели рентабельности увеличились, но по-прежнему они остаются на относительно низком уровне.

Значения показателей банкротства сильно разнятся, и в итоге можно сделать вывод, что предприятие относится ко второй группе, где риск банкротства возможен по прошествии 5 лет. Это не самый лучший показатель, поэтому необходимо принимать меры для снижения рисков банкротства.

Коэффициент Бивера вырос за 2017 год по сравнению с 2015, что является благоприятным значением и позволяет надеяться на его рост в дальнейшем. Однако остальные коэффициенты, входящие в расчет анализа финансового краха предприятия оставляют желать лучшего.

В итоге мы можем выделить основные проблемы организации и дать рекомендации по их решению. Основными проблемами являются неустойчивое

финансовое положение, значительный риск банкротства.

Неустойчивое финансовое положение может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для расширения производства.

Главной и основной причиной неустойчивого финансового положения является недостаток собственных средств. Для устойчивого финансового состояния собственный капитал предприятия должен быть больше внеоборотных активов. Поэтому способами выхода из неустойчивого и кризисного состояния станет пополнение собственного капитала и оптимизация его структуры.

Наиболее безрисковым способом является накопление нераспределенной прибыли или распределение прибыли после налогообложения в фонды накопления при условии роста части этих фондов.

На практике низкая финансовая устойчивость означает возможные проблемы в погашении обязательств в будущем, иными словами – зависимостью компании от кредиторов и потерей самостоятельности.

Анализ риска банкротства выявил наиболее низкие показатели, влияющие на крах компании – рентабельность активов и коэффициент покрытия активами чистым оборотным капиталом.

Недостаточный показатель чистой прибыли не может обеспечить нам нормальный уровень рентабельности, следовательно, предприятие должно подумать о мерах по увеличению чистой прибыли. Также предприятию нужно уменьшить количество возрастающих текущих обязательств и внеоборотных активов для приемлемого коэффициента покрытия и коэффициента покрытия активами чистым оборотным капиталом. Возможно, стоит подумать о разработке и предложении наиболее удобных условий работы с клиентами, а также о нахождении поставщиков, которые поставляли необходимые материалы по более выгодным ценам и о сокращении расходов. Наиболее очевидным способом повысить прибыль является увеличение продаж.

3.2 Пути повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Определив все недостатки предприятия и возможности по улучшению его деятельности, можно выделить способы повышения прибыли, и соответственно величины спроса. Существует две группы факторов, которые влияют на величину спроса: ценовые и неценовые.

Ценовые факторы предполагают изменение цены на товар или услуги и, соответственно изменение величины спроса на них. Неценовые факторы включают в себя: доходы потребителей, вкусы и моду, количество потребителей, цены заменителей, доступность информации о товарах, работах и услугах, широта ассортимента. В таблице 11 указана характеристика каждого фактора и вероятность ее влияния на спрос услуг анализируемого предприятия.

Таблица 11 – Неценовые факторы спроса

Наименование фактора	Характеристика	Влияние на спрос ООО «РиэлтСтройком»
Доходы потребителей	Рост доходов потребителей увеличивает спрос на услуги (однако не все товары подчиняются данной закономерности)	Чем выше будут доходы потребителей, тем более эксклюзивное и дорогое жилье они смогут приобрести с помощью компании, что соответственно повысит спрос.
Вкусы и мода	Под влиянием моды и рекламы изменение вкусов потребителей приводит к соответствующему изменению спроса	Мода и вкусы потребителей оказывают влияние на спрос
Количество потребителей	Увеличение числа покупателей на рынке приводит к повышению спроса	Один из основных факторов изменения спроса. Челябинск бурно развивающийся город, и поэтому все больше людей остаются здесь жить, и соответственно всем из них нужно жилье.
Цены заменителей	Рост цен на услуги-заменители приводит к росту спроса на заменяемые услуги	Влияние цен услуг других агентств недвижимости влияет, только если, они будут сотрудничать с теми же застройщиками, что и рассматриваемая компания

Окончание таблицы 11

Доступность информации	Отсутствие информации об ассортименте выпускаемой продукции, ценах и качестве снижает заинтересованность покупателей	Вся информация доступна на сайте предприятия, а также на сайтах застройщиках.
------------------------	--	---

Таким образом, учет большинства вышеперечисленных факторов может способствовать не только поддержанию спроса, но и его росту, а, следовательно, и росту выручки от реализации и прибыли до налогообложения.

Также для увеличения спроса потребителя используют политику ценообразования, основанной на маркетинговых исследованиях рынка, что позволяет повысить спрос потребителей и достигнуть высокого уровня прибыли за счет эффекта масштаба. Более широкое применение политики скидок позволит привлечь к фирме большее количество постоянных потребителей, в том числе и VIP.

Рассмотрим примерную политику скидок, которую возможно внедрить на исследуемом предприятии, которые будут направлены на привлечение дополнительных покупателей. Прежде всего, необходимо использовать скидки за объем закупок, стимулирующие покупателя приобретать услуги в более объемных количествах и (или) с определенной периодичностью у одного и того же продавца, тем самым способствуя активизации сбыта. При этом сама скидка также может быть выражена одним из трех способов: во-первых, в виде процента снижения номинальной (справочной, прейскурантной) цены; во-вторых, в виде числа единиц (объема) товара, который может быть получен бесплатно или по сниженной цене; в-третьих, в виде суммы, которая может быть возвращена или зачтена покупателю в счет оплаты им следующих товаров или услуг.

Экономическая основа установления скидок за большой объем закупок выражается в следующем: при существующем спросе снижение цены (в результате использования скидок) с номинального уровня до контрактного приводит к увеличению объема заказов (продаж); для этого соответственно

приходиться увеличить объемы производства. Но в силу «эффекта масштаба» это ведет к снижению средних затрат на производство. Если величина скидки выбрана правильно, то в результате такой коммерческой политики, несмотря на снижение реальной цены продаж, фирма все же получит прирост прибыли. [16]

Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни, поэтому для увеличения покупательского спроса используется стратегия интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг держится на трех китах: SEO, SEM и SMO. Без них раскрутить бизнес и поддерживать его на плаву в сети было бы намного сложнее.

SEM – Search Engine Marketing (в пер. с англ. «поисковый маркетинг») – это ряд маркетинговых действий, направленных на раскрутку портала. Это наиболее эффективный подход к продвижению своего представительства в интернете: он совмещает в себе поисковую оптимизацию проекта и контекстную рекламу.

SEA – Search Engine Advertising (в пер. с англ. «поисковая реклама») – это так называемая контекстная реклама. В рунете она представлена Яндекс.Директом и Google AdWords. Предположим, клиент хочет купить фотоаппарат и вводит в строку поиска «Canon 500D купить». После этого рекламные объявления о продаже камер будут появляться на страницах поисковой выдачи. В таблице 12 представлены плюсы и минусы данного метода.[20]

Таблица 12 –Плюсы и минусы SEA

Плюсы	Минусы
Привлечение целевой аудитории	Дорого: чтобы были посетители, нужно постоянно платить за рекламу
Видимость предложений на страницах поисковой выдачи и на крупных тематических порталах	Перерасход бюджета при неправильной рекламной кампании
Быстрая отдача	Уровень доверия пользователей к контекстной рекламе снижается

Окончание таблицы 12

Гибкая настройка рекламной кампании	Назойливость: рекламные объявления постоянно преследуют клиента
Удобный формат восприятия,	

Пример SEA рекламы можно увидеть на рисунке 9.

Яндекс

Поиск

Картинки

Видео

Карты

Маркет

Новости

Ещё

Виза в Испанию! – Список документов на визу
 visa-comfort.ru **Реклама**
 Адрес, телефон, новости. Анкета, страховка, курьер
 Национальная виза Виза: сложные случаи Гарантии Офис прямо около метро
 Контактная информация · +7 (495) 987-17-14 · пн-пт 8:00-22:00, сб-вс 10:00-18:00
 м. Чистые пруды · Москва

Виза Испания / okeyvisa.ru
 okeyvisa.ru/виза-в-испанию **Реклама**
 Виза в Испанию от 1900 руб. Можно без присутствия. Гарантия. Обращайтесь!
 Туристическая виза Гостевая виза Деловая виза
 Контактная информация · +7 (499) 350-14-02 · пн-вс 9:00-21:00
 м. Китай-Город · Москва

Виза в Испанию! – Визовый центр Испании
 spain-visa-center.com/Виза-в-Испанию **Реклама**
 Официально, с гарантией. Визы на 1-5 лет. Звоните!
 Виза в Испанию Срочная за 24 часа Сложные визы Для граждан РФ и СНГ
 Контактная информация · +7 (495) 988-00-26 · пн-пт 10:00-20:00, сб 11:00-18:00
 м. Кузнецкий мост · Москва

Spain Visa Information in Russia - Москва
 spainvac-ru.com
 Заявление на оформление испанской визы. ... Консульский округ Генерального
 Консульства Испании в Москве.
 Russia Посещение Как подать документы Запись в визовый центр
 Адреса на карте

Нашлось 19 млн результатов
 36 тыс. показов в месяц
[Дать объявление](#) [Показать все](#)

Рисунок 9 – Пример SEA рекламы

SEO – Search Engine Optimization (в пер. с англ. «оптимизация сайта под поисковые машины») – это ряд действий, направленных на улучшение индексации ресурса. Чем качественнее оценивают сайт ассессоры, тем выше он поднимется на странице поисковой выдачи. Ассессор – специалист, сотрудник одной из поисковых систем, в задачи которого входит оценка поисковой выдачи, сделанной поисковым роботом. Вердикт ассессора является подтверждением того, что сайт, найденный роботом в соответствии с поисковым запросом, является полезным пользователю, а не представляет собой бесполезный или даже вредный и опасный ресурс.

SEO включает в себя:

- 1) Оптимизацию кода.
- 2) Работу с тегами.

- 3) Удобство использования.
- 4) Улучшение контента.
- 5) Набор ссылочной массы.

Контекстная реклама поможет быстро увеличить продажи (хотя и ненадолго – как только перестанете давать на публикацию рекламы деньги, клиенты уйдут). Чтобы продвинуть сайт с помощью SEO, понадобится больше времени. Но SEO нацелен на долгосрочный эффект, для уверенных и стабильных компаний он подходит больше, чем SEA. В таблице представлены плюсы и минусы данного метода.

Таблица 13 – Плюсы и минусы SEO

Плюсы	Минусы
Долгосрочный эффект	Временные затраты
Расширение целевой аудитории	Высокие цены за продвижение
Небольшая стоимость посетителя	Риск потерять позицию в выдаче, если алгоритмы ПС изменятся
Привлечение заинтересованных клиентов	
Работа с внешними и внутренними факторами	
Создание уникального контента	
Оптимизация HTML-кода	
Подходит всем	

SМО – Social Media Optimization (в пер. с англ. «оптимизация социальных медиа») – работы, направленные на удержание клиентов, пришедших на сайт из социальных сетей. Его основная задача – улучшение удобства использования. SМО может быть дополнением к комплексному продвижению.[20]

SМО — то же самое по сути, что и поисковая оптимизация (SEO), но предназначена не для поисковых машин, а для социальных сетей и блогов, чтобы привлечь оттуда трафик к себе на сайт или сформировать сообщество по интересам внутри социального ресурса.

Принципы оптимизации (SМО)

- 1) Написание читабельного и красочно иллюстрированного контента.
- 2) Создание постоянной аудитории проекта: общение с комментаторами,

публикация текстов, подразумевающих дискуссии в комментариях.

- 3) Публикация ссылок на контент других сайтов по тематике, что дает возможность влиться в круг тематических проектов.
- 4) Устранение ненужных элементов интерфейса сайта: лишних ссылок, редко используемых блоков.
- 5) Установка на самые видимые места сайта полезных элементов: подписка на сайт, блок самых популярных статей, ссылка на комментирование с призывом «сделать это поскорее» и т. п.
- 6) Параллельная подача информации — рядом с основным блоком контента идет дополнительный блок с анонсами статей, ссылками на рекомендуемые заметки и другим. В случае, если основной контент не вызвал интерес, читатель переходит на анонсируемые статьи.
- 7) Установка плагинов и виджетов для взаимодействия сайта с комментаторами и читателями, таких, как «голосование», «рекомендация другу», «лучшие комментаторы».
- 8) Интеграция с социальными сетями: установка кнопок «like» («мне нравится»), виджетов групп проекта в соцсетях, плагинов комментариев и авторизации через социальную сеть.

SMM – Social Media Marketing (в пер. с англ. «маркетинг социальных сетей») – это продвижение в социальных сервисах с помощью публикаций интересных материалов о фирме в сообществах, на форумах, в соц. сетях. Суть в постоянном общении с пользователями, скрытой рекламе ваших товаров и услуг.[20]

В чем же различие SMM от SMO?

SMO предполагает проведение работ по оптимизации только в пределах собственного сайта. SMM же - это привлечение в целях продвижения сторонних интернет-ресурсов. Главная цель SMO - улучшение контента сайта, контакт с посетителями с целью их привлечения и "удержания". SMM же ориентировано на продвижение самого сайта, предлагаемых товаров и услуг. Как же это выглядит на практике, представлено на рисунке 10.

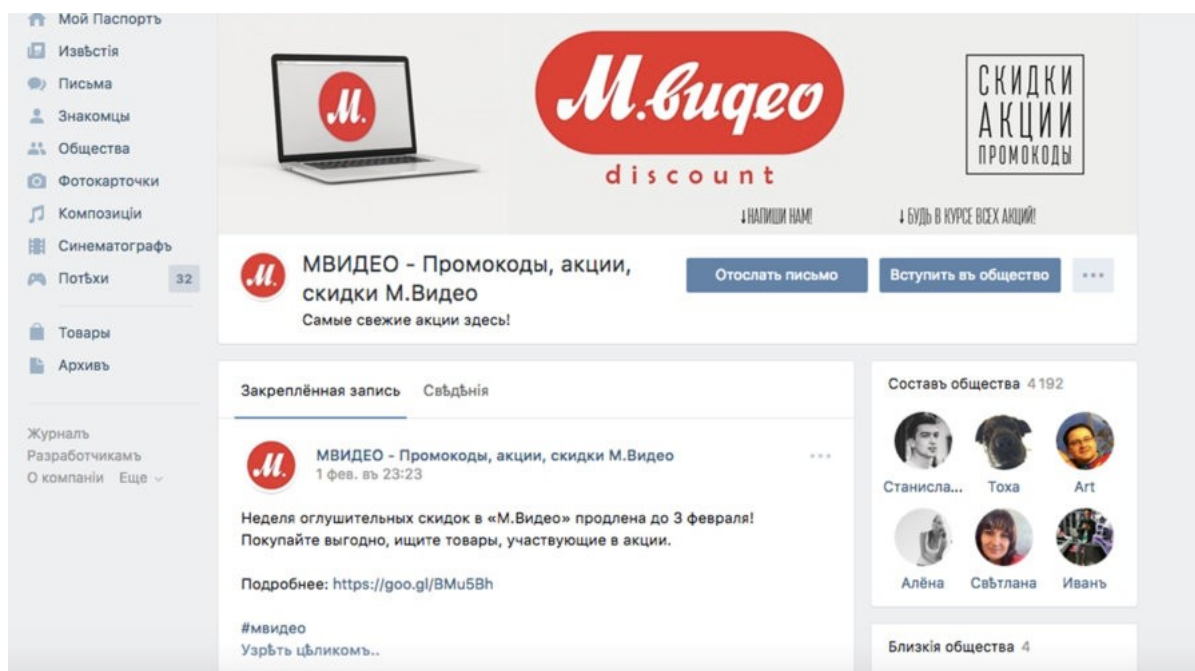


Рисунок 10 – Пример SMM

Существуют тысячи площадок для социального продвижения. Назовем 4 из них – самых эффективных для русскоговорящей аудитории.

«ВКонтакте». Создается группа со свободным доступом, в которой публикуются новости о компании, о скидках и акциях. Постоянно обновляйте записи на стене, чтобы не потерять подписчиков.

Facebook. Принцип такой же, как и в предыдущем пункте. Но нужно учитывать, что основная аудитория «ВКонтакте» – подростки и молодежь. Facebook предпочитают бизнесмены и люди постарше. Значит, текст и подача информации должны отличаться.

Twitter. Создается страничка с названием компании. Каждый день размещаются короткие сообщения (твиты) о новостях компании. Для лучшего эффекта нужно использовать хэштеги.

Instagram. В аккаунте специалиста по продажам размещаются красивые фотографии товаров фирмы с завлекающими подписями и хэштегами. Важно, чтобы и видео, и фото были качественными. Большие тексты не нужно публиковать – Инстаграм рассчитан на визуальные способы подачи информации.

В таблице рассмотрены плюсы и минусы SMM

Таблица 14 – Плюсы и минусы SMM

Плюсы	Минусы
Дешево	Недостаточная изученность
Простота в использовании	Необходимость постоянно общаться с подписчиками, отвечать на их комментарии.
Привлечение целевой аудитории	
Использование крупных интернет-площадок	Социальные сети отвлекают от заказа: клиенту прислали сообщение, и он ушел из «группы» магазина,
Статистика: возможность регулярно следить за действиями пользователей	Рекламные сообщения/приглашения вступить в группу могут отправиться в «спам»
Эффект сарафанного радио: лайки и репосты.	Выдаче Яндекса люди доверяют больше, чем данным в социальных сетях

Подведем итог: SEA – способ эффективный, но без постоянных денежных вливаний не удержит сайт в ТОПе. SMO и SMM еще слишком мало изучены, чтобы на них одних можно было полагаться. А вот SEO имеет хорошую репутацию на интернет-рынке. Выбирая этот метод, можно быть уверенным, что сайт прочно утвердится на первой странице выдачи.

Кроме увеличения спроса, представляется важным снижение затрат на производство, которое также может оказать благоприятный эффект на финансовый результат.

Существует несколько вариантов снижения затрат, которые указаны на рисунке 11. [23]

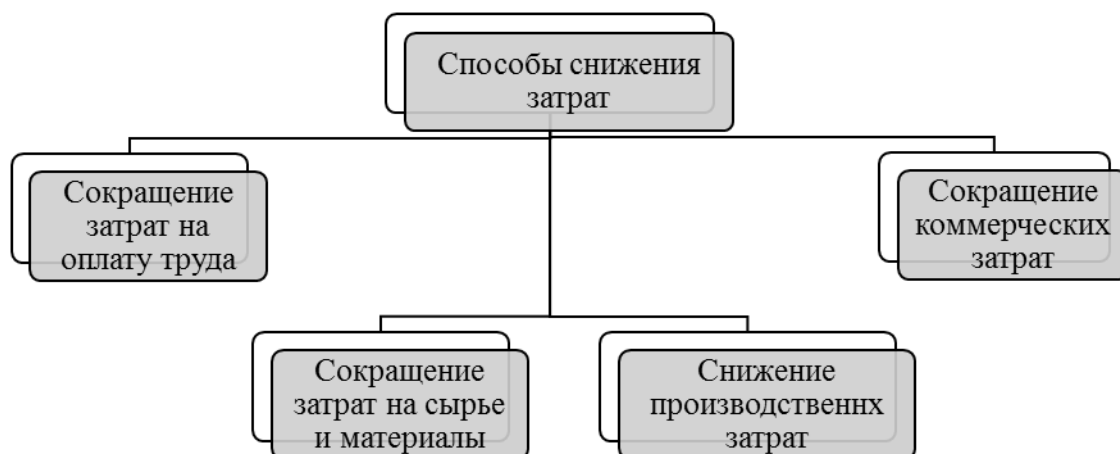


Рисунок 11 – Способы снижения затрат

Сокращение затрат на оплату труда возможно при сокращении штата сотрудников или при снижении заработной платы. В данный момент так в основном и поступают все современные агентства недвижимости, так как в последние годы наблюдается снижение спроса на их услуги.

Сокращение затрат на сырье и материалы, снижение производственных затрат и сокращение коммерческих затрат в основном подходит компаниям, производящим продукцию. В нашем же случае под эти способы снижения затрат подходят такие действия как снижение расходов на программное, канцелярское и другое обеспечение. Однако эти методы не будут таким же эффективными.

Одной из причин неэффективной деятельности является отсутствие или неправильное ведение платежного календаря - финансового документа, в котором подробно отражается оперативный денежный оборот предприятия. В платежном календаре должно быть представлено движение денежных средств по срокам их поступления и использования.

При составлении платежного календаря необходимо установить очередность платежей, зависящую от планируемых поступлений таким образом, чтобы обеспечивать к моменту составления бухгалтерской отчетности достаточный

уровень коэффициента текущей ликвидности. Для этого необходимо отказаться от существующей практики наращивания месячных объемов обязательств от начала к концу квартала: в течение квартала более равномерно планировать платежи за материалы, услуги, авансовые платежи по налогам, не допуская накопления задолженности на конец квартала.

Не только вышеперечисленные причины, но и недооценка важности отдельных этапов проекта (например, информационное обследование, обучение пользователей, опытная эксплуатация). Часто недооценивается такой этап, как обследование. А ведь именно информационное обследование помогает выявить наиболее проблемные зоны и ключевые точки, определить участников и потребителей результатов процессов, собрать материал для оценки трудоемкости доработок и перспектив внедрения эффективной системы. По результатам обследования можно наметить стратегические планы по дальнейшему развитию (интеграция с другими системами и пр.), сформировать план по обучению. [17]

Проект может встретить довольно резкое сопротивление со стороны работников компании, как среди простых служащих, так и среди руководителей высшего звена. Это обусловлено рядом причин:

- нежелание обучаться новым методам работы;
- нежелание менять привычный порядок работы и взаимоотношений;
- опасения того, что станут видны недостатки в работе, необоснованные временные потери, так как в процессе обследования и оптимизации процессов деятельность сотрудников становится прозрачной и контролируемой;
- боязнь штрафных санкций, штатных изменений в связи с обнаружением зон с низкой эффективностью труда;
- страх перед неумением работать в системе, боязнь того, что ошибки дискредитируют работника в глазах руководства и (или) подчиненных.

Отсутствие доверия к внешним консультантам - еще одно препятствие на пути успешного проекта. Часто это можно наблюдать, когда на предприятии слишком много ответственности возлагают на внешних специалистов, не поддерживая их

авторитетом местного руководства, особенно, если в компании уже были неудачные попытки внедрять какую-либо систему или методику.

Принимая во внимание всё вышеперечисленное компания «РиэлтСтройком» должна правильно обдумать все свои предстоящие действия, иначе банкротство будет дышать ей в спину уже совсем скоро. Способы повышения устойчивости компании и уменьшения риска обанкротиться были названы, и теперь все зависит от дальнейших решений по устранению проблем руководства данного предприятия.

Заключение

Значительную роль в изучении деятельности любого предприятия играет анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Данный анализ представляет собой процесс, основанный на изучении данных о финансовом состоянии предприятия и результатах его деятельности в прошлом с целью оценки будущих условий и результатов деятельности.

Главной задачей анализа является снижение неопределенности, связанной с принятием экономических решений, ориентированных в будущее, выявление как слабых, так и сильных сторон организации, достижение высоких конечных результатов с минимальными затратами, обеспечение рационального функционирования деятельности в условиях дефицита ресурсов. Поэтому в условиях современного, насыщенного и быстро меняющегося рынка каждая компания должна проводить данный анализ для ведения успешной деятельности и ее усовершенствования.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что динамика развития ООО «РиэлтСтройком» характеризуется как положительными, так и отрицательными прогнозами. В ходе анализа было рассмотрено, за счет каких источников сформировано имущество предприятия; проанализирована структура и динамика стоимости имущества и источников, рассмотрены показатели ликвидности и платежеспособности, чтобы судить о способности предприятия погашать долги; изучены показатели эффективности деятельности предприятия с помощью показателей деловой активности; сделан анализ деловой активности, где рассмотрели золотое правило экономики; найдена рентабельность предприятия, предприятие было оценено на возможность будущего банкротства. Также были описаны способы повышения эффективности деятельности. Задачи, поставленные перед нами, решены, заданную цель можно считать достигнутой.

Библиографический список

- 1 Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ.
- 2 Приказ Министерства Финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99).
- 3 Байкина, С.Г. Учет и анализ банкротств. учебное пособие / С.Г. Байкина. – Москва: Изд-во Дашков и Ко, 2010 – 220 с.
- 4 Баканов, М.И. Теория экономического анализа. / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – Москва: Изд-во Финансы и статистика, 2001 – 416 с.
- 5 Бальжинов, А.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. / А.В. Бальжинов, Е.В. Михеева. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2003. – 119с.
- 6 Бердников, А.А. Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект // Молодой ученый. — 2013. — №2. — С. 111-113
- 7 Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – Москва: Изд-во ИНФРА-М, 2009. – 215 с.
- 8 Гончаров, В.И. Менеджмент. Учебник / В.И. Гончаров. – Москва: Изд-во Мисанта, 2008 – 680 с.
- 9 Григорьева, Т. И. Финансовый анализ для менеджеров. учебно-методическое пособие / Т. И. Григорьева. — Москва: Изд-во Бизнес Элайнмент, 2008. — 344 с.
- 10 Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. / В.В. Ковалев, Волкова О.Н.. – Москва: Изд-во Проспект, 2009. – 424 с.
- 11 Манушин, Д.В. Принципы, этапы и функции анализа финансового состояния организаций // Актуальные проблемы экономики и права. – 2009. – №3. – С. 53–58
- 12 Рябова, М.А. Анализ финансовой отчетности: учебно-практическое пособие / М. А. Рябова. – Ульяновск: Изд-во УлГТУ, 2011. – 237 с.
- 13 Склярченко, В.К. Экономика предприятия / В.К. Склярченко, В.М. Прудников. – Москва: Изд-во Инфра-М, 2006. – 528 с.

- 14 Усик, Н.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий. учебное пособие / Н.И. Усик. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУНиПТ, 2009. – 110 с.
- 15 Чернов, В. А. Анализ финансового состояния организации // Аудит и финансовый анализ. – 2001. –№ 2. –С. 53–72.
- 16 «Американские горки» ценообразования – http://www.bizeducation.ru/library/marketing/4p/pricing/pricing_kruchkova.htm
- 17 Внедрение системы электронного документооборота. – <https://www.sekretariat.ru/article/210321-qqe-16-m5-vnedrenie-sistemy-elektronnogo-dokumentoborota-riski-i-sposoby-ih-preodoleniya>
- 18 Главное в агентстве недвижимости. – <http://realty.vesti.ru/zhile/opros-glavnoe-v-agentstve-nedvizhimosti-reputaciya-i-nadezhnost>
- 19 Главные проблемы риелторских агентства. – <https://www.cian.ru/novosti-glavnye-problemy-rieltorskih-agenstv-274298/>
- 20 Три кита интернет маркетинга. – <https://apollo-8.ru/seo-sem-smo-i-vse-ostalnyie>
- 21 Ликвидность. Расчет коэффициентов ликвидности. – https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/liquidity/calculation_of_liquidity.html
- 22 Риелторы и кризис. – <https://realty.rbc.ru/news/577d1b1e9a7947e548ea4af3>
- 23 Снижение затрат. – <http://www.cfin.ru/management/tusrif/m-2-1.html>.
- 24 Справочник финансового аналитика. – <http://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/>.
- 25 Этапы проведения анализа хозяйственной деятельности на предприятии. – http://studbooks.net/53636/ekonomika/etapy_provedeniya_analiza_hozyaystvennoy_deyatelnosti_predpriyatii

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС				
АКТИВ	Код показателя	На 31.12.2015 г.	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1100	38	425	377
Основные средства	1150	45 359 832	47 747 331	50 038 094
Незавершенное строительство	1154	2 545 110	2 017 179	1 810 394

Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	256 179	655 947	608 317
Прочие внеоборотные активы	1190	130 755	101 020	346 183
Итого по разделу I	1100	48 291 914	50 521 902	52 803 365
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	645 726	544 088	597 585
в том числе:				
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1211	636 539	541 537	595 051
затраты в незавершенном производстве	1212	0	0	0
готовая продукция и товары для перепродажи	1213	9 187	2 551	2 534
товары отгруженные	1214	0	0	0
прочие запасы и затраты	1215	0	0	0
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	392 631	4 081	99 582
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	1231	82 531	70 923	195 192
в том числе покупатели и заказчики	123101	52 415	41 253	74 593
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	1232	6 442 184	7 590 726	8 183 706
в том числе покупатели и заказчики	123201	5 758 856	6 989 412	6 889 245
Финансовые вложения	1240	0	0	0
Денежные средства	1250	1 084 025	2 897 024	3 719 452

Продолжение приложения А

Прочие оборотные активы	1260	13 388	605 096	340 978
Итого по разделу II	1200	8 660 485	11 711 938	13 136 495
БАЛАНС	1600	56 952 399	62 233 840	65 939 860
ПАССИВ	Код по-казателя	На 31.12.2015 г.	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	1310	8 743 049	8 743 049	8 743 049
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0
Добавочный капитал	1350	17 009 503	17 009 503	17 009 503
Резервный капитал	1360	339 163	356 892	437 152

Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	6 581 747	7 023 766	8 902 445
Итого по разделу III	1300	32 673 462	33 133 210	35 092 149
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	12 231 733	10 297 973	6 672 191
Отложенные налоговые обязательства	1420	2 753 526	3 055 434	3 120 742
Прочие долгосрочные обязательства	1450	514 369	955 380	523 759
Итого по разделу IV	1400	15 499 628	14 308 787	10 316 692
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	161 117	2 101 508	7 558 511
Кредиторская задолженность	1520	4 850 492	7 819 931	9 147 289
в том числе:				
поставщики и подрядчики	1521	4 017 801	4 069 271	5 888 320
задолженность перед персоналом организации	1523	319 100	348 718	341 791
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	1524	115 683	138 534	153 006
задолженность по налогам и сборам	1525	295 777	705 127	789 683
прочие кредиторы	1528	102 131	69 257	219 267
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	1527	0	5 117	9 209
Доходы будущих периодов	1530	73 360	93 176	74 312
Прочие краткосрочные обязательства	1550	3 694 340	4 772 111	3 741 698
Итого по разделу V	1500	8 779 309	14 791 843	20 531 019
БАЛАНС	1700	56 952 399	62 233 840	65 939 860

Приложение Б

ОТЧЁТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ			
Показатель	За 2015 год	За 2016 год	За 2017 год
наименование			
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	57 443 525	59 607 802	60 535 362
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	54 047 304	54 498 284	55 114 806
Валовая прибыль	3 396 221	5 109 518	5 420 556
Коммерческие расходы	0	0	0

Управленческие расходы	886 195	854 377	954 525
Прибыль (убыток) от продаж	2 510 026	4 255 141	4 466 031
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	89 610	174 220	290 952
Проценты к уплате	732 152	942 045	869 916
Доходы от участия в других организациях	281 624	96 487	160 667
Прочие доходы	4 032 282	5 886 840	5 864 202
Прочие расходы	5 032 268	7 119 885	6 706 671
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 149 122	2 350 758	3 205 265
Отложенные налоговые активы	58 479	320070	(45958)
Отложенные налоговые обязательства	(337 082)	304 163	77 939
Налог на прибыль	(286 108)	(567 508)	(572 631)
Налоговые санкции	0	0	0
Прочее	(116 603)	207 626	(42 701)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	467 808	2 310 946	2 543 975

