

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Логистика и экономика торговли»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой

_____ А.Б. Левина
_____ июня 2018 г.

Рентабельность деятельности предприятия ООО «НГ – Сервис»: оценка и пути ее
повышения

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–38.03.01.2018.1021.ПЗ ВКР

Руководитель работы
д.э.н., профессор, доцент
_____ М.В. Лысенко
_____ июня 2018 г.

Автор работы
студент группы ЭУ–415
_____ А.Е. Шахматова
_____ июня 2018 г.

Нормоконтроль
к.п.н. доцент
_____ Ж.А. Зеленская
_____ июня 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Шахматова А.Е Рентабельность деятельности предприятия ООО «НГ – Сервис»: оценка и пути ее повышения: выпускная квалификационная работа. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ, 2018. – 82 с., 16 ил., 21 табл., библиогр. список – 46 наим., 3 прил.

Целью выпускной квалификационной работы является оценка рентабельности деятельности предприятия и разработка по ее росту.

В первом разделе выпускной квалификационной работы раскрыты понятия и теоретические основы оценки рентабельности предприятия. Проведено сравнение зарубежного и отечественного опыта проведения оценки рентабельности предприятия.

Во втором разделе по данным торгового предприятия ООО «НГ – Сервис» проведен анализ рентабельности. Результаты позволили выявить текущие проблемы предприятия по данному вопросу.

Третий раздел представляет собой решение выявленных проблем. Повышение рентабельности предприятия ООО «НГ – Сервис» предложено достичь путем приобретения дополнительного оборудования и замены поставщика по автозапчастям.

Экономическое обоснование рекомендаций подтвердило целесообразность.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Множество российских предприятий из-за недостаточного опыта функционирования предприятием в современных условиях, недостаточного уровня подготовки специалистов, знакомых с особенностями финансовой деятельности предприятия, оказались не готовы к рыночным преобразованиям и к новым финансовым условиям формирования доходности. На основе этого, произошло ухудшение финансового состояния большинства предприятий, а

некоторые предприятия даже прекратили свою деятельность, что привело к ухудшению финансовой системы в стране [1].

В рыночной экономике необходимо повышать эффективность производства в первую очередь на микроуровне, потому что именно предприятия составляют основу рыночной экономики.

В настоящее время количество функционируемых предприятий увеличивается с каждым годом, но все же это недостаточно для эффективного функционирования экономики страны [2].

Существуют два основных показателя эффективности торговой деятельности предприятия: прибыль и рентабельность.

Важнейшим финансовым показателем, определяющим способность организации обеспечивать необходимое для ее нормального развития превышение доходов над расходами является прибыль, но в рыночных условиях на деятельность предприятия влияет множество различных факторов, например инфляция, поэтому абсолютное увеличение прибыли не может говорить об уровне эффективности деятельности предприятия. А показатели рентабельности напротив, выявляют общую эффективность работы торгового предприятия и оценивают различные стороны деятельности, поэтому, тема рентабельности деятельности предприятия является очень актуальной в настоящее время для любого предприятия.

Финансовый результат деятельности предприятия характеризуется суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние [3].

Анализ последних исследований и публикаций. На основе трудов ученых, таких как Савицкая Г. В., Шеремет А.Д., Грузинов В.П., Полюшко Ю.Н, Масленников С.М, Быкова Н.Н, Акбашева Г.Х и ряда других авторов были раскрыты теоретические вопросы, анализировалась рентабельность производства данного предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является оценка рентабельности деятельности предприятия и разработка мероприятий для ее повышения.

Задачи работы:

- рассмотреть теоретические основы оценки и повышения рентабельности предприятия;
- провести анализ показателей рентабельности ООО «НГ – Сервис»;
- выявить основные пути повышения рентабельности ООО «НГ – Сервис» и осуществить расчет экономической эффективности предложенных мер.

Для решения вышеперечисленных задач была использована годовая бухгалтерская отчетность ООО «НГ – Сервис» за 2015, 2016 и 2017 годы, а именно:

- бухгалтерский баланс (форма № 1 по ОКУД),
- отчет о финансовых результатах (форма № 2 по ОКУД)

Объектом исследования выпускной квалификационной работы выступает рентабельность деятельности ООО «НГ – Сервис».

Анализируемый период: 2015-2017 гг.

Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, в каждом из которых рассмотрены те или иные аспекты данной темы и заключения.

Во введении дано обоснование темы исследования, раскрыта ее актуальность, определены цель, объект, предмет и задачи исследования, а также информационная база.

В первом разделе рассмотрена сущность и понятие рентабельности предприятия. Представлены показатели рентабельности и факторы, влияющие на ее повышение, а также приведено сравнение отечественного и зарубежного опыта в области оценки рентабельности предприятия.

Во втором разделе проведена общая организационная характеристика предприятия, приведен анализ показателей рентабельности, а также факторный анализ рентабельности продаж.

В третьем разделе предложены пути улучшения рентабельности предприятия ООО «НГ – Сервис» и рассмотрен экономический эффект от их применения.

В заключении сформулированы основные выводы по результатам исследования.

Вспомогательные и дополнительные материалы помещены в приложении.

Для проведения исследования использованы следующие методы: логистический, синтез, анализ, обзор литературы. Они направлены на изучение теоретических основ оценки и повышения рентабельности предприятия, а также на оценку рентабельности деятельности ООО «НГ – Сервис» и разработку путей повышения рентабельности ООО «НГ – Сервис».

Информационную базу исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов, по вопросам рассматриваемым в работе, а также финансовая, оперативная и статистическая отчетность ООО «НГ – Сервис».

Практическая значимость исследования данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что на основании проведенного анализа ООО «НГ – Сервис» были разработаны рекомендации по повышению рентабельности и совершенствованию деятельности предприятия.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность и понятие рентабельности предприятия

В условиях рыночных отношений результаты деятельности предприятия во многом определяются эффективностью функционирования его системы управления, степенью ее соответствия целям, задачам, которые стоят перед предприятием.

Успешные предприятия достигают своих результатов в основном за счет высокого качества производимой продукции и оказываемых услуг при

минимальных издержках и максимально быстрой реакции предприятия на изменение факторов внешней среды, в первую очередь рыночных потребностей в тех или иных товарах и услугах [4].

Основными показателями эффективности деятельности предприятия являются прибыль и рентабельность, наглядно рассмотрим (рисунок 1.1).

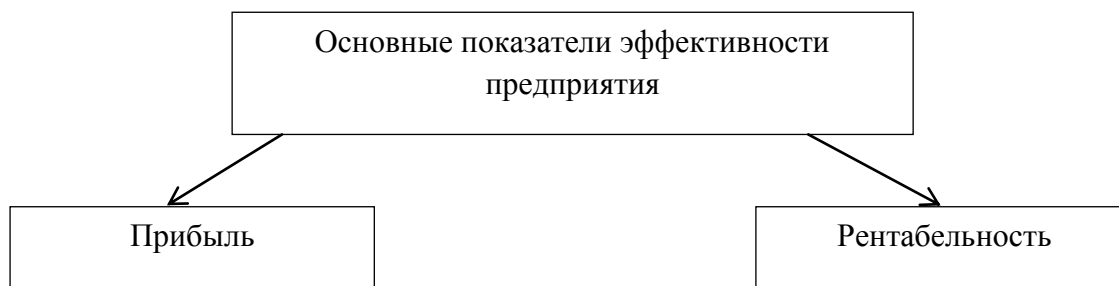


Рисунок 1.1 – Показатели эффективности предприятия

Прибыль – основной показатель деятельности, который показывает совокупный доход предприятия от реализации товаров (услуг) за вычетом издержек [5].

Рентабельность – это показатель эффективности использования основных средств и производственных ресурсов предприятия, отражающий уровень доходности, прибыльности и выгодности предприятия [6].

В современных экономических условиях прослеживается многоаспектность понятия «рентабельность», так как в экономической литературе встречается довольно большое количество разных трактовок этого термина различными авторами.

А.Д. Шеремет считает, что показатели рентабельности можно рассчитать в виде относительных показателей финансовых результатов, которые получены за отчетный период предприятием, а также считает рентабельность основным показателем характеризующим эффективность хозяйственной деятельности [7].

Е.С. Стоянова говорит о том, что рентабельность представляет собой показатель экономической эффективности производства в организациях, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных

ресурсов и считает, что рентабельность отражает получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов [8].

Зайцев Н.Л. отмечал, что «Рентабельность определяется как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основного капитала и нормируемых оборотных средств» [9].

Прудников В.М. писал, что «Рентабельность – это относительный показатель эффективности производства, который характеризует уровень отдачи издержек и степень использования ресурсов». На основе этого определения, можно сделать вывод, что рентабельность представляет собой отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и материальных оборотных средств [10].

Наиболее точно, раскрывает понятие Г.В. Савицкая, которая определяла рентабельность как «качественный показатель, который, определяет уровень доходности бизнеса». По мнению автора, рентабельность в целом характеризует работу предприятия по различным сферам деятельности [11].

Так же, понятие «рентабельность» рассматривают и зарубежные ученые, такие как: Самуэльсон П.А, он утверждал, что «рентабельностью является безусловный доход от факторов производства и она является вознаграждением за успешную проводимую предпринимательскую деятельность, за применение новых технологий в производстве, за умение рисковать в условиях неопределенности, и определял ее как монопольный доход» [12].

Исследовав научные труды вышеперечисленных ученых, можно прийти к выводу, что в основном понятие «рентабельность» связывали либо с чистым доходом, либо с прибылью.

На основе анализа рентабельности можно оценить эффективность управления предприятием, так как получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности зависит от правильности принимаемых управленческих решений.

С помощью вычисления рентабельности для коммерческих предприятий можно выяснить, станет ли предприятие конкурентно способным на

экономическом рынке, правильно ли расходуются финансовые ресурсы внутри и вне предприятия, и какие компоненты всей системы бизнеса предприятия слабее других. За счет этого можно понять, на какой стадии развития находится бизнес и стоит ли его развивать. А для некоммерческих предприятий, рентабельность рассматривается, как эффективность работы предприятия в целом и в этом случае, главным показателем рентабельности будет являться результат деятельности [13].

1.2 Показатели рентабельности и факторы, влияющие на повышение рентабельности работы предприятия

Особенно важную роль в деятельности любого предприятия занимает расчет и анализ показателей рентабельности. В ходе изучения анализа рентабельности, как отдельных видов продукции, так и всей совокупности, можно найти внутренние резервы снижения себестоимости, тенденции повышения качества продукции для возможно дальнейшего увеличения цен, что в итоге, повысит рентабельность производства и улучшит финансовое, социально-экономическое положение предприятия [14].

Показатели рентабельности – это выражаемые в процентах относительные показатели, в которых прибыль сопоставляется с некоторой базой, характеризующей предприятие с одной из двух сторон – ресурсы или совокупный доход в виде выручки, полученной от контрагентов в ходе текущей деятельности предприятия [15].

Для расчета ряда обобщающих показателей рентабельности используется отчетность о финансовых результатах (форма № 2).

К основным показателям рентабельности относятся (таблица 1.1):

- рентабельность активов;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность продаж;
- рентабельность продукции;
- рентабельность издержек обращения;

- общая рентабельность.

Таблица 1.1 – Основные показатели рентабельности и способ их расчета

Показатели	Способ расчета
Рентабельность активов	Чистая прибыль / активы предприятия
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / собственный капитал
Рентабельность продаж	Валовая прибыль / выручка
Рентабельность продукции	Прибыль от продаж / себестоимость
Рентабельность издержек обращения	Валовая прибыль / себестоимость
Общая рентабельность	Чистая прибыль / выручка

Рассмотрим каждый показатель по отдельности:

1. Рентабельность активов выявляет достаточное ли количество денежных средств вложил в свой бизнес предприниматель для получения прибыли [16].

Цель его использования – повышение его значения, с помощью него финансовый аналитик может быстро проанализировать состав активов предприятия и оценить их в клад в генерацию общего дохода. Если какой-либо актив не дает вклада в доход предприятия, то от него целесообразно избавиться.

Формула рентабельности активов (1):

$$R_{\text{акт}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВБ}_{\text{сред}}} \times 100\%, \quad (1)$$

где $R_{\text{акт}}$ – рентабельность активов;

ЧП – чистая прибыль;

$\text{ВБ}_{\text{сред}}$ – средняя валюта баланса.

В результате расчета получается величина чистой прибыли с каждого рубля вложенного в активы организации, другими словами можно сказать "сколько копеек приносит каждый рубль, вложенный в активы организации" [17].

2. Рентабельность собственного капитала. Это важнейший финансовый показатель отдачи для любого инвестора, собственника бизнеса, показывающий, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал.

Данный показатель характеризует эффективность использования не всего капитала организации, а только той его части, которая принадлежит собственникам предприятия.

Необходимо заметить, что рентабельность собственного капитала является основным показателем, который затрагивает все аспекты работы предприятия. Рост рентабельности собственного капитала показывает повышение инвестиционной привлекательности предприятия [18].

И рентабельность капитала рассчитывается по формуле 2:

$$R_{\text{ск}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{Шраздел}_{\text{сред}}} \times 100\%,$$

(2)

где $R_{\text{ск}}$ – рентабельность собственного капитала;

ЧП – чистая прибыль;

$\text{Шраздел}_{\text{сред}}$ – средняя величина раздела капитал и резервы.

3. Одним из наиболее распространенных показателей рентабельности является рентабельность продаж. Характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности и показывает, сколько прибыли имеет предприятие с одного рубля, полученного при продаже товаров. Его целесообразно исчислять в целом по организации и по каждому отдельному виду продукции [19].

Стоит заметить, что рентабельность продаж наиболее комплексно и более полно, чем прочие затратные показатели, характеризует результаты деятельности хозяйствующего субъекта. Повышение рентабельности продаж, говорит о достаточных объемах продаж для предприятия, о его рыночной активности, регулировании цен, относительной экономии затрат и о повышении платежеспособности.

Формула рентабельность продаж (3):

$$R_{\text{продаж}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}} \times 100\%, \quad (3)$$

где $R_{\text{продаж}}$ – рентабельность продаж.

4. Рентабельность продукции показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции, а так же эффективность производства отдельных видов изделий. Этот показатель помогает понять, выгодно ли производить определенный товар или лучше перестроиться на другие.

Данный показатель рассчитывается по формуле 4:

$$R_{\text{продукции}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{себестоимость}} \times 100\%, \quad (4)$$

где $R_{\text{продукции}}$ – рентабельность продукции.

5. Рентабельность издержек обращения является одним из основных показателей эффективности текущих затрат предприятия по торговой деятельности. Показывает размер прибыли на единицу издержек обращения предприятия.

И рассчитывается по формуле 5:

$$R_{\text{изд}} = \left(\frac{\text{Пр}_{\text{вал}}}{C_6} \right) \times 100\%, \quad (5)$$

где $R_{\text{изд}}$ – рентабельность издержек обращения;

$\text{Пр}_{\text{вал}}$ – валовая прибыль;

C_6 – себестоимость.

6. Общая рентабельность считается обобщающим показателем экономической эффективности предприятия, отрасли или хозяйства. Рассчитывается как отношение прибыли до налогообложения к выручке от реализации товаров, работ и услуг, производимых предприятием [20].

Формула общей рентабельности (6):

$$R_{\text{общ}} = \left(\frac{\text{Пр}_ч}{\text{Выр}} \right) \times 100\%. \quad (6)$$

где $R_{\text{общ}}$ – общая рентабельность;

$\text{Пр}_ч$ – чистая прибыль;

Выр – выручка.

Указанные выше показатели рентабельности следует рассчитывать по прибыли от реализации товаров, балансовой и чистой прибыли, что позволяет

изучить влияние составных частей прибыли и ее использования на рентабельность работы предприятия [21].

Таким образом, можно сделать вывод, что показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Далее рассмотрим основные коэффициенты оборачиваемости и формулы их расчета (формулы 7 – 13), (для каждого коэффициента может быть рассчитан период оборота и коэффициент закрепления):

1. Коэффициент оборачиваемости активов;

$$K_{\text{об акт}} = \frac{\text{Выручка}}{\frac{\text{ВБ нач} + \text{ВБ кн}}{2}}, \quad (7)$$

где $K_{\text{об акт}}$ – коэффициент оборачиваемости активов;

ВБ нач – валюта баланса на начало;

ВБ кн – валюта баланса на конец.

2. Фондоотдача;

$$\text{ФО} = \frac{\text{Выручка}}{(\text{ВОА нач} + \text{ВОА кн})/2}, \quad (8)$$

где ФО – фондоотдача;

ВОА_{нач} – внеоборотные активы на начало;

ВОА_{кн} – внеоборотные активы на конец.

3. Капиталоемкость собственного капитала

$$K_{\text{ск}} = \frac{\text{Выручка}}{(\text{СК нач} + \text{СК кн})/2}, \quad (9)$$

где $K_{\text{ск}}$ – капиталоемкость собственного капитала;

СК_{нач} – собственный капитал на начало;

СК_{кн} – собственный капитал на конец.

4. Коэффициент оборачиваемости запасов;

$$K_{\text{зап}} = \frac{\text{себестоимость}}{(\text{запасы}_{\text{нач}} + \text{запасы}_{\text{кн}})/2}, \quad (10)$$

где $K_{зап}$ – коэффициент оборачиваемости запасов;

$запасы_{нач}$ – запасы на начало;

$запасы_{кн}$ – запасы на конец.

5. Капиталоотдача инвестированного капитала;

$$K_{ик} = \frac{\text{выручка}}{(СК_{нач} + ДО_{нач} + СК_{кн} + ДО_{кн})/4}, \quad (11)$$

где $K_{ик}$ – капиталоотдача инвестированного капитала;

$СК_{нач}$ – собственный капитал на начало;

$СК_{кн}$ – собственный капитал на конец;

$ДО_{нач}$ – долгосрочные обязательства на начало;

$ДО_{кн}$ – долгосрочные обязательства на конец.

6. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;

$$K_{об ДЗ} = \frac{\text{выручка}}{(ДЗ_{нач} + ДЗ_{кн})/2}, \quad (12)$$

где $K_{об ДЗ}$ – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;

$ДЗ_{нач}$ – дебиторская задолженность на начало;

$ДЗ_{кн}$ – дебиторская задолженность на конец.

7. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.

$$K_{об КЗ} = \frac{\text{себестоимость}}{(КЗ_{нач} + КЗ_{кн})/2}, \quad (13)$$

где $K_{об КЗ}$ – коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;

$КЗ_{нач}$ – кредиторская задолженность на начало;

$КЗ_{кн}$ – кредиторская задолженность на конец.

Для каждого коэффициента оборачиваемости может быть рассчитан период оборота (14):

$$ПО = \frac{360}{\text{Коэффициент оборачиваемости}}, \quad (14)$$

где ПО – период оборота.

Период оборота для других коэффициентов оборачиваемости рассчитывается аналогично.

Также для каждого коэффициента оборачиваемости можно рассчитать коэффициент закрепления (15):

$$K_{\text{закр}} = \frac{1}{\text{Коэффициент оборачиваемости}}. \quad (15)$$

где $K_{\text{закр}}$ – коэффициент закрепления.

Коэффициент закрепления для других коэффициентов оборачиваемости рассчитывается аналогично.

Если предприятие хочет улучшить свою деятельность, то необходимо оценить финансовые результаты и на основании полученных сведений провести анализ, который поможет выявить именно те факторы, которые замедляют развитие предприятия в целом [22].

Факторы, оказывающие влияние на рентабельность производства могут быть разнообразными. Одни из них зависят от деятельности конкретных коллективов, другие связаны с технологией и организацией производства, эффективностью использования производственных ресурсов и внедрением достижений научно-технического прогресса [23].

Рассмотрим некоторые факторы, влияющие на рентабельность предприятия. Например, масштабы предприятия являются долгосрочным фактором, оказывающим влияние на рентабельность, поэтому, крупномасштабные предприятия не всегда могут обеспечить достаточный уровень роста рентабельности, так как высокими темпами растут постоянные затраты предприятия.

Отрицательное воздействие оказывает инфляция, так как происходит обесценивание активов, рост запасов, падает покупательная способность, которая снижает объем покупок и сделок [24].

При анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внешних и внутренних факторов.

Рассмотрим представленную полную модель факторов, влияющую на величину прибыли и рентабельности (рисунок 1.2).

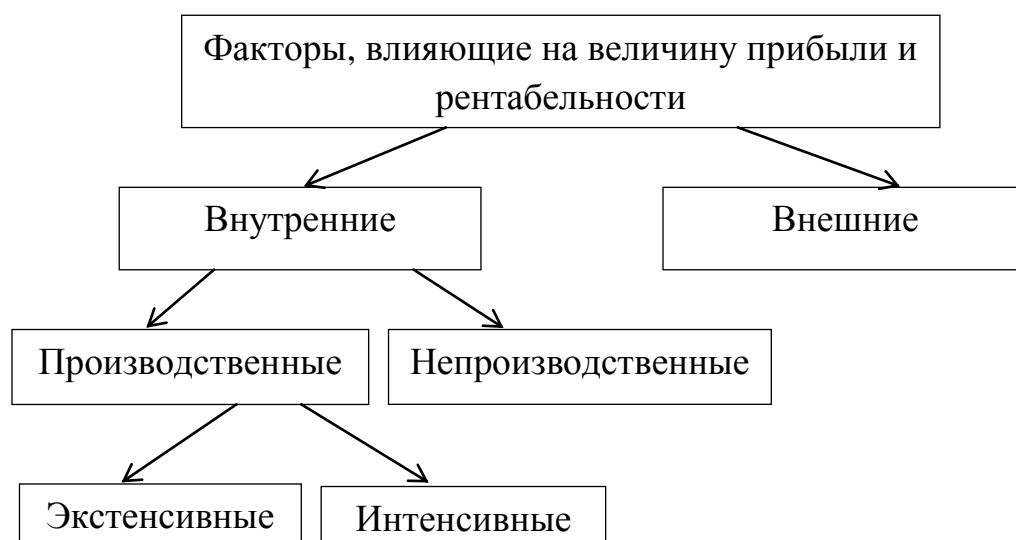


Рисунок 1.2 – Факторы, влияющие на величину прибыли и рентабельности

Для начала рассмотрим внутренние факторы, которые непосредственно связаны с деятельностью предприятия, зависящие от производителя продукции и носящие субъективный характер, и внепроизводственные факторы, которые не связаны с производством продукции и с основной деятельностью. Рассмотрим таблицу 1.2.

Таблица 1.2 – Производственные и непроизводственные факторы

Производственные факторы	Непроизводственные факторы
Средства труда	Штрафы и санкции за несвоевременность или не точность выполнения каких-либо обязательств предприятия
Предметы труда	Снабженческо-сбытовую деятельность, то есть своевременность и полнота выполнения поставщиками и покупателями обязательств перед предприятием
Ресурсы	Природоохранные мероприятия

Производственные факторы носят экстенсивный и интенсивный характер.

Экстенсивные факторы влияют на рентабельность путём изменения количества реализованной продукции и они связаны с изменением количественных параметров элементов процесса производства. А интенсивные влияют на рост реализационных цен и снижение себестоимости продукции и связаны с повышением качества использования производственных факторов. Рассмотрим, что к ним относится (таблица 1.3):

Таблица 1.3 – Экстенсивные и интенсивные факторы

Экстенсивные факторы	Интенсивные факторы
Изменение объема и времени работы средств труда	Повышение качественных характеристик и производительности оборудования; замена оборудования на более современное с большей производительностью
Изменение количества предметов труда, непроизводительное использование средств труда, что означает увеличение запасов, большой удельный вес брака и отходов в объеме выпускаемой продукции	Использование прогрессивных материалов, ускорение их оборачиваемости; совершенствование технологии обработки; повышение квалификации рабочих
Изменение численности рабочих; фонда рабочего времени; непроизводительные затраты живого труда	

Стоит отметить, что на рентабельность косвенно воздействуют не только внутренние факторы, но и внешние, соответственно, которые не воздействуют на деятельность предприятия и не зависят от товаропроизводителей, но в основном они достаточно сильно влияют на результат его деятельности. Обычно, внешние факторы связаны с воздействием на деятельность предприятия рынка, государства и географического положения, это подразумевает удаленность предприятия от сырьевых источников, от районных, республиканских центров, а так же конкуренция и спрос на продукцию предприятия [25].

Все мероприятия, которые проводит предприятие для совершенствования деятельности, направленной на повышение рентабельности, можно разделить на три группы (таблица 1.4) [26].

Таблица 1.4 – Основные направления повышения рентабельности предприятия

Основные пути повышения рентабельности предприятия		
Мероприятия общеорганизационного характера	Мероприятия по увеличению доходной части	Мероприятия по снижению расходов
Повышение профессионального уровня кадров	Расширение продуктовой линейки за счет модернизации существующей продукции	Внедрение на предприятие новой прогрессивной техники и технологий
Наличие системы нормирования, планирования, стандартизации и контроля	Увеличение прочих доходов	Усиление финансового контроля
Оптимизация	Увеличение объема	Снижение всех

организационной структуры предприятия	продаж за счет активизации рекламной или сбытовой политики	непроизводственных затрат на предприятии
Разработка и контроль реализации товаров	Включение в план продаж более ликвидных и востребованных товаров	Повышение эффективности использования ресурсов
Внедрение автоматизированной системы управления		Минимизация затрат

Основные пути повышения рентабельности являются повышение абсолютной суммы прибыли и сокращение затрат на производство продукции. Этому способствует обширное использование в производстве результатов научно-технического прогресса, ведущее к увеличению производительности общественного труда и снижению на этой основе стоимости единицы ресурсов, применяемые в производстве.

Уменьшения затрат на производство продукции возможно, рассмотрим таблицу 1.5.

Таблица 1.5 – Меры для уменьшения затрат на производстве

Меры применяемые на производстве, для уменьшения затрат:
Снижение материалоемкости продукции, внедряя более новые и экономные конструкции;
Применение определенных технологий, направленных на сбережение ресурсов;
Использование вторичных ресурсов, регенерация, утилизация отходов;
Расширение объемов производства и деятельности предприятия в целом;
Поиски новых поставщиков на более выгодных условиях для закупки более дешевых материалов и сырья;
Улучшение политики сбыта, снижение цен, разработка систем скидок и дисконтов для реализации запасов;
Поиски новых рынков сбыта благодаря маркетинговой политике;
Улучшение рекламы для продажи товаров потребителям - постоянное совершенствование методов работы на предприятии

Предположим, для увеличения объема реализации можно ввести систему скидок или акций. Обычно на практике, после введения акций, объем реализации увеличивается как минимум на 10-12 %, помимо этого, в знак уважения, у покупателей возрастает доверие к предприятию и он чувствует себя вашим партнером. А размер скидок регулируется уже от характера сделки, условий

поставки и платежа, взаимоотношений с покупателями и от конъюнктуры рынка в момент заключения сделки.

А вот выбор поставщиков – сложная и ответственная задача, поскольку во многом от них зависит налаженность производства, бесперебойность, а, в конечном итоге, – репутация и рентабельность компании перед покупателями, потребителями ее товара. Однако существуют некоторые сложности: если такие организации довольно хорошо сотрудничают с поставщиком, то целесообразно сохранить эти отношения, изменив их в соответствии с новыми условиями [27].

Опыт доказывает, что смена поставщика – процедура очень трудная, с неизвестным и непредсказуемым итогом. Если поставщик оказывается несостоятельным или все связи нарушаются, то следует найти нового поставщика. Однако такое действие должно быть тщательно продуманное. К новому поставщику нужно сразу же предъявлять высокие требования.

Вероятны два вида выбора поставщика:

1. Нахождение поставщика из ряда предприятий, с которыми уже установлены деловые отношения и которые уже были поставщиками организации.
2. Выбор нового поставщика в результате поиска и анализа интересующего рынка: рынка, с которым фирма уже работает, или совершенно нового рынка.

А так же, если повысить материальную заинтересованности работников в результатах своего труда и поддерживать благоприятную обстановку в рабочем коллективе, это тоже будет способствовать повышению рентабельности на предприятии [28].

Стоит отметить, что самыми главными направлениями повышения рентабельности по мнению доктора наук Алексейчевой Е.Ю являются: увеличение объема реализации продукции, снижение себестоимости продукции, рациональное использование перерабатываемого сырья, наиболее полное использование оборотных и производственных средств, своевременная отгрузка готовой продукции [29].

1.3 Сравнение отечественного и зарубежного опыта в области оценки

рентабельности

Преимуществом зарубежных ученых в изучении определения понятия «рентабельность» и расчета является то, что в их трудах прослеживается точность, конкретность и упрощенная методика.

Методика исчисления рентабельности за рубежом несколько отличается от применяемой в отечественной практике, что обусловлено различиями в собственности, учете, отчетности.

Зарубежные страны рентабельность промышленного предприятия за отчетный период определяют как разность стоимости чистых активов на начало и конец периода. Чистые активы подсчитываются путем вычитания из общей стоимости активов промышленного предприятия стоимости долгов третьим лицам, суммы среднесрочной, долгосрочной и краткосрочной задолженности поставщикам и прочим кредиторам. Из полученной разности вычитают дополнительные взносы владельцев компании или прибавляют к ней сумму выплаченных возмещений им.

Так же в зарубежной практике исчисляют чистую балансовую рентабельность, как рентабельность после вычета налогов, но до ее распределения на дивиденды и отчисления в резервные фонды [30].

Чистая рентабельность представляет собой валовую рентабельность, которая не учитывает обесценивание капитала, за вычетом затраченных средств, в том числе предназначенных на восстановление полностью использованной части капитала. Чистая рентабельность в отечественной практике определяется как разность между балансовой рентабельностью и налогами, выплачиваемыми предприятием из балансовой рентабельности [31].

В зарубежной практике показатели рентабельности называются – profitability ratios. Если рассматривать российские и зарубежные подходы, то можно сказать что существенных изменений не наблюдается. Стоит заметить, что в российской литературе выделяется больше показателей, чем в зарубежной.

Рентабельность продаж – отношение прибыли к выручке. В качестве показателя прибыли в российской практике могут выступать прибыль от продаж и

чистая прибыль, в зарубежной практике – чистая прибыль, прибыль до уплаты процентов и налогов (ЕБИТ), прибыль до уплаты налогов [32].

В зарубежных источниках коэффициент рентабельности продаж вычисляется по следующей формуле 16:

$$ROS = \frac{EBIT}{Revenue} \times 100\%, \quad (16)$$

где ROS – рентабельность продаж;

ЕБИТ – прибыль до уплаты процентов и налогов;

Revenue – доход.

Нормативное значение для данного коэффициента $ROS > 0$. Если рентабельность продаж оказалась меньше нуля, то стоит серьезно задуматься над эффективностью управления предприятием [33].

Рентабельность активов – отношение прибыли к средней величине активов. В качестве показателя прибыли в российской практике выступает, как правило, чистая прибыль, в зарубежной практике – чистая прибыль, прибыль до уплаты процентов и налогов (ЕБИТ), прибыль до уплаты налогов [34];

В западной литературе формула расчета рентабельности активов (ROA, Return of assets) выглядит следующим образом (формула 17):

$$ROA = \frac{NI}{TA} \times 100\%, \quad (17)$$

где ROA – рентабельность активов;

NI – Net Income (чистая прибыль);

TA – Total Assets (сумма активов).

Альтернативный вариант расчета показателя следующий (формула 18):

$$ROA = \frac{EBI}{TA} \times 100\%. \quad (18)$$

где ROA – рентабельность активов;

EBI – чистая прибыль, получаемая держателями акций;

TA – Total Assets (сумма активов).

Норматив для коэффициента рентабельности активов, как и для всех коэффициентов рентабельности $ROA > 0$. Это будет свидетельствовать о том, что предприятие работает себе в убыток [35].

Рентабельность собственного капитала – отношение прибыли к средней величине собственного капитала.

Однако в российской учебной литературе также встречаются такие показатели рентабельности, как:

- рентабельность затрат – отношение прибыли от продаж или чистой прибыли к себестоимости;
- рентабельность внеоборотных активов – отношение чистой прибыли к средней величине внеоборотных активов;
- рентабельность основных средств – отношение чистой прибыли к средней величине основных средств;
- рентабельность оборотных активов – отношение чистой прибыли к средней величине оборотных активов;
- рентабельность заемного капитала – отношение чистой прибыли к средней величине заемного капитала [36].

Общими, основными показателями рентабельности для российской и зарубежной практики являются (таблица 1.6):

Таблица 1.6 – Сравнение основных показателей рентабельности российской и зарубежной практики

Показатель	Формула для расчета		Характеристика
	Отечественный опыт	Зарубежный опыт	
Рентабельность собственного капитала (Return on equity (ROE))	Чистая прибыль / Собственный капитал × 100%	Чистая прибыль / Средняя собственного капитала	Характеризует прибыльность собственного капитала
Рентабельность активов (Return on assets (ROA))	Чистая прибыль / Активы × 100%	Чистая прибыль / Общая сумма активов	Показывает общую доходность использования имущества предприятия
Рентабельность продаж (Gross profit)	Чистая прибыль / Выручка от	Валовая прибыль / Выручка от	Показывает, сколько прибыли приходится

margin)	реализации × 100%	реализации	на единицу реализованной продукции
---------	-------------------	------------	------------------------------------

Так же существуют различные подходы в анализе рентабельности, рассмотрим их в таблице 1.7.

Таблица 1.7 – Сравнение подходов в анализе рентабельности отечественного и зарубежного опыта

Отечественный опыт	Зарубежный опыт
Анализ рентабельности, не учитывает взаимосвязь затраты-объем-прибыль	При анализе рентабельности используют маржинальный подход
Не всегда отображает реальные аспекты развития организации	Существуют показатели отображающие реальные тенденции развития организации

Система показателей рентабельности, которая используется в России, не всегда реально отражает действительные тенденции развития предприятия, тем самым затрудняет процесс анализа результатов ее хозяйственной деятельности и соответственно влияет на правильность управленческих решений [37].

На основе показателей рентабельности проводится факторный анализ. Факторный анализ – выявление влияния отдельных факторов на результирующие показатели. Факторный анализ дает возможность более глубоко изучить и оценить состояние финансов предприятия за счет выявления факторов, имеющих самое большое влияние на доходность предприятия. На основе его данных можно точно определить, какие мероприятия необходимы для повышения эффективности предпринимательской деятельности [38].

Наиболее известная модель факторного анализа рентабельности собственного капитала организации, называется методикой DU PONT, эта методика позволяет определить основную причину изменения рентабельности капитала: маржа прибыли, оборачиваемость активов или мультипликатор собственного капитала. Стоит отметить, что стратегия повышения рентабельности за счет трех перечисленных факторов зависит от специфики деятельности организации [39].

Например, двухфакторная модель DU PONT показывает взаимосвязь между показателем эффективности деятельности предприятия – ее рентабельностью

(ROA) и двумя факторами: рентабельностью продаж и оборачиваемостью активов. Такая модель позволяет оценить вклад системы продаж предприятия и степени интенсивности использования активов в формировании рентабельности компании [40].

Двухфакторная модель DU PONT рассчитывается следующим образом (формула 19):

$$ROA = ROS \times K_{oa}. \quad (19)$$

где ROA – коэффициент рентабельности активов;

ROS – коэффициент рентабельности продаж;

K_{oa} – коэффициент оборачиваемости активов.

Существует факторный анализ рентабельности.

Факторный анализ рентабельности проводится способом цепных подстановок. Этот способ позволяет определить влияние отдельных показателей на изменение резульативного показателя путем постепенной замены базисной величины каждого факторного показателя в объеме резульативного показателя на фактическую в отчетном периоде.

Благодаря этому, определяют ряд условных величин резульативного показателя, которые учитывают изменение одного, затем двух, трех и последующих факторов, допуская, что остальные не меняются. Это позволяет выявить влияние всех факторов, кроме одного, и определить воздействие последнего, на изменение резульативного показателя.

Для факторного анализа рентабельности продаж применяются следующие формулы 20 – 23:

$$\Delta R \text{ влияние выручки} = \left(\frac{B_1 - C_0 - KP_0 - UP_0}{B_1} - \frac{B_0 - C_0 - KP_0 - UP_0}{B_0} \right) \times 100, \quad (20)$$

$$\Delta R \text{ влияние себестоимости} = \left(\frac{B_1 - C_1 - KP_0 - UP_0}{B_1} - \frac{B_1 - C_0 - KP_0 - UP_0}{B_1} \right) \times 100, \quad (21)$$

$$\Delta R \text{ влияние коммерческих расходов} = \left(\frac{B_1 - C_1 - KP_1 - UP_0}{B_1} - \frac{B_1 - C_1 - KP_0 - UP_0}{B_1} \right) \times 100, \quad (22)$$

$$\Delta R \text{ влияние управленческих расходов} = \left(\frac{B_1 - C_1 - KP_1 - UP_1}{B_1} - \frac{B_1 - C_1 - KP_1 - UP_0}{B_1} \right) \times 100. \quad (23)$$

где B – выручка;

С – себестоимость;

КР – коммерческие расходы;

УР – управленческие расходы.

На основе полученного влияния и факторов, делается вывод о необходимости сокращения негативного влияния таких факторов как себестоимость и коммерческие, управленческие расходы, путем сокращения их значений. Однако негативное влияние можно сократить путем увеличения объема продаж и как следствия выручки.

Выводы к разделу 1

Рентабельность – это относительный показатель эффективности предприятия, который показывает процентное отношение суммы прибыли к стоимости совокупных затрат на ее получение. Показатели рентабельности являются основными критериями, по которым определяют эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Зависимость издержек и дохода позволяют выявить показатели рентабельности. Они помогают контролировать показатели предприятия и дают возможность выявить, какие коэффициенты стоит повысить, чтобы улучшить эффективность предприятия [41].

На основе проведенного исследования, можно сказать, что между отечественными и иностранными подходами нет значительных различий. Во время расчета показателей стандартно берется определенный вид прибыли, который делится на себестоимость, выручку или среднюю величину активов или капитала предприятия.

Анализ уровня рентабельности предприятия необходим и важен для выявления определенных резервов и путей повышения рентабельности предприятия.

Чтобы повысить рентабельность предприятия, нужно грамотно управлять этой системой, а так же стоит осуществлять учет факторов, которые влияют на рентабельность предприятия. После выявления факторов влияющих на рентабельность, и как следствие, на доходы организации можно дать рекомендации по их увеличению. Они сводятся к проведению плановых мероприятий по увеличению доходов, а также мероприятий по увеличению выручки от реализации и уменьшению расходов организации, преимущественно входящих в себестоимость продукции, а также коммерческих и управленческих расходов путем проведения специально разработанных мер.

2 ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «НГ – СЕРВИС»

2.1 Общая организационная характеристика предприятия

Объектом исследования является предприятие ООО «НГ – Сервис», которое занимается продажей дорожно-строительной техники, осуществлением оптовой и розничной торговли запасными запчастями.

ООО «НГ – Сервис» специализируется на продаже широкого перечня автомобилей, способных помочь в любой работе, такие как КАМАЗ, ГАЗ, УАЗ, ЧТЗ, легковые, грузовые, классические и тюнингованные.

Юридический адрес: 629305, Ямало-Ненецкий АО, г. Новый Уренгой, ул. Магистральная, д. 46, офис 1.

Фактический и почтовый адрес: 454081, Челябинская область, г. Челябинск, ул. Героев Танкограда, 57.

Предприятие ООО «НГ – Сервис» работает на рынке запчастей РФ с 1998 г.

За этот срок компания прошла путь от группы энтузиастов до серьезной компании, располагающей командой профессионалов численностью более 500 человек, запасами товаров более 150 000 наименований, складскими помещениями, собственным логистическим центром, автопарком и

современными средствами связи, что позволяет компании удовлетворять запросы клиентов на 100 %. Постоянными клиентами ООО «НГ – Сервис» являются более 150 средних и крупных компаний России.

Компания снабжает своих партнеров только качественными запчастями и комплектующими к автомобилям УРАЛ, КАМАЗ, МАЗ, ГАЗ, УАЗ, ЧТЗ, агрегатам ЯМЗ, специальной и тракторной технике ДЗ-98, Т-170, Т-10, ДТ-75, МТЗ, ЮМЗ, К-701/703, смазочными материалами, техническими жидкостями, фильтрами, автошинами, аккумуляторами, РТИ, подшипниками для всего спектра автотракторной техники, выпускаемой в Российской Федерации и странах СНГ, спецодеждой, инструментом и другими необходимыми товарами.

ООО «НГ – Сервис» заключает договора на долговременное сотрудничество, комплектует заявки, реализует товар через собственную сеть оптово-розничных центров и отправляет грузы в любые точки России, стран Ближнего и Дальнего зарубежья.

В интересах улучшения качества обслуживания покупателей компания постоянно расширяет ассортимент предлагаемых товаров и услуг, специалисты проходят обучение на профильных заводах и в учебных центрах, регулярно обновляется торговое и складское оборудование.

Основное внимание в работе с клиентами уделяется эффективности сотрудничества, оперативному реагированию на все возникающие вопросы и предложения клиента. Именно это позволило создать репутацию надежного и ответственного партнера.

В названии компании ООО «НГ – Сервис» расшифровывается миссия компании: «Надежность, Гарантия, Сервис». Название отражает направление и характер деятельности компании. Это те цели, которые ставит перед собой наша компания. Так же стратегической целью является продвижение продукции отечественных производителей.

Преимущества сотрудничества с ООО «НГ – Сервис»:

- 3S-статус официального дилера в ЯНАО: продажа автомобилей, гарантийное и постгарантийное обслуживание техники, продажа запчастей;
- 8 торгово-складских площадей в ЯНАО (г. Надым, г. Новый Уренгой, п. Коротчаево, п. Пурпе, г. Тарко-Сале, г. Губкинский, г. Ноябрьск) и 3 в г. Челябинск;
- Часы работы без перерывов и выходных 365 дней в году;
- Доставка в любой город России;
- Гибкая система скидок для оптовых покупателей;
- Отсрочки платежа для постоянных клиентов;
- Участие в тендерах и отгрузка на экспорт.

В группу компаний ООО «НГ – Сервис» входят такие предприятия как:

- ООО «Ресурсы Урала» – осуществляет дилерскую работу по направлению, «УАЗ»; «УРАЛ», «ЧТЗ», и СТО легковой техники «УАЗ»;
- ООО «НОРДКАМ – НГС» – осуществляет дилерскую работу по направлению КАМАЗ; СТО грузовой техники «Полярник»;
- ООО «НЕВАДА – ДСТ» – осуществляет работу по реализации запасных автозапчастей, масел и прочих сопутствующих товаров в г. Надыме, г. Новом Уренгое, п. Коротчаево, п. Пурпе, г. Тарко-Сале, г. Губкинском, г. Ноябрьске;
- ИП Михайлов П.И. – г. Новый Уренгой и производство рукавов высокого давления [42].

Рассмотрим организационную структуру предприятия ООО «НГ – Сервис» на (рисунке 2.1).



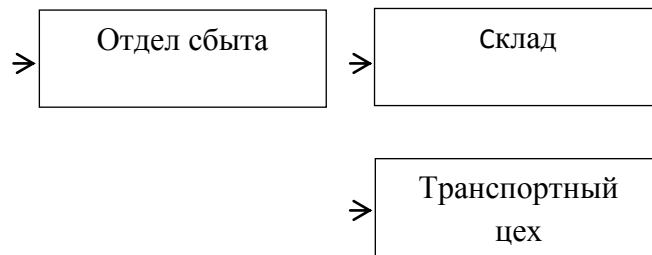


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «НГ – Сервис»

Организационная структура ООО «НГ – Сервис» и ее управление не являются чем-то застывшим, они постоянно изменяются, совершенствуются в соответствии с меняющимися условиями.

Из-за сферы деятельности организации наблюдается значительное количественное преимущество мужчин, чем женщин. Женщины на предприятии занимают такие должности как: бухгалтер, продавец, кассир. А мужчины занимаются закупкой, складом и формированием заказов. 25% численности персонала организуют экономическую деятельность, а так же работают непосредственно с покупателями. А больше половины работников занимается подсчетом товара, разгрузочно-погрузочными работами, а также несут ответственность за сохранение товара на складе. Также мужчины занимают руководящие должности.

Управляет организацией директор ООО «НГ – Сервис». В его непосредственном подчинении – директор по персоналу, коммерческий директор, директор по логистике и финансовый директор.

Главная ответственность за реализацию бизнес-процессов по продаже запасных запчастей со склада лежит на коммерческом директоре, который ответственен за закупку запасных частей и их последующую реализацию, также коммерческий директор осуществляет поиск новых поставщиков и формирует базы клиентов общества, проводит переговоры и заключает договора.

Первое время предприятию хватало одного менеджера по перечисленным выше направлениям, но на сегодняшний день необходим менеджер по продажам, который будет ответственен за переговоры с потенциальными клиентами и будет

заниматься формированием базы клиентов. Введение новой должности освободит для коммерческого директора время и даст ему возможность более тщательно проводить анализ предложений от поставщиков, искать более выгодные для организации варианты сотрудничества, что приведет к оптимизации показателей себестоимости продаж со склада.

Директор по персоналу ООО «НГ – Сервис» производит контроль за оперативным и качественным выполнением обеспечивающих функций, он отвечает за организацию административно-хозяйственного обеспечения работы организации. В его обязанности входит расчет оптимальной суммы финансовых средств, которую предприятию позволительно израсходовать на реализацию определенного бизнес-процесса.

Директор по логистике руководит логистической системой предприятия, то есть, занимается руководством вопросов снабжения и сбыта продукции.

Главный бухгалтер проверяет и обрабатывает товарно-денежные отчеты, учитывает денежные средства, руководит процессами планирования и экономического стимулирования предприятия, повышает производительность труда и выявляет производственные резервы предприятия.

Бухгалтерский учет на предприятии осуществляется бухгалтерией. Бухгалтерия ООО «НГ – Сервис» состоит из главного бухгалтера, бухгалтера по учету материалов, бухгалтера по расчетным операциям, бухгалтера по расчету заработной платы и бухгалтера-кассира.

Главный бухгалтер формирует учетную политику, которая утверждается руководителем предприятия. На бухгалтера возложено отражение всех хозяйственных операций в ООО «НГ – Сервис» по учету: основных средств и нематериальных активов; материально-производственных запасов; затрат на производство; реализации услуг и ценных бумаг.

Бухгалтерия ведет учет средств организации, осуществляет учет операций связанных с денежными и материальными ресурсами, проводит финансовые расчеты основных показателей хозяйственной деятельности, разрабатывает меры

направленные на снижение себестоимости и повышение рентабельности организации, на оптимизацию использования производственных фондов и резервов организации.

Отдел кадров проводит разработку штатного расписания, занимается составлением годовых, квартальных и месячных планов по заработной плате и труду, контролирует выполнение данных планов, производит разработку мер для повышения производительности труда на предприятии.

Также существуют продавцы, которые занимаются обслуживанием покупателей, а именно выпиской товара.

Кассиры выполняют расчетные операции с покупателями, осуществляют сдачу выручки.

Кладовщики принимают товар от поставщиков и отпускают товар покупателям, следят за сохранностью товара на складе.

Грузчики комплектуют заказ и загружают его в транспортное средство.

Основными методами управления на предприятии ООО «НГ – Сервис» являются экономические методы управления, а именно система заработной платы и премирования.

Оплата труда сотрудников на предприятии ООО «НГ – Сервис» имеет прямую зависимость от результатов их работы в сфере, обозначенной им ответственности или же от результатов работы всей организации.

2.2 Анализ показателей рентабельности и финансовых результатов

Рассчитаем основные показатели рентабельности по отдельности. Для расчета будем использовать бухгалтерский баланс предприятия и отчет о финансовых результатах (ПРИЛОЖЕНИЕ А, Б, В).

Используя формулу 1, рассчитаем рентабельность активов за 2016 год.

$$R_{\text{акт}} = \frac{16\ 381}{536\ 773} \times 100\% = 3,05$$

2. Используя формулу 2, рассчитаем рентабельность собственного капитала за 2016 год.

$$R_{\text{ск}} = \frac{16\,381}{51\,294} \times 100\% = 31,94$$

3. Используя формулу 3, рассчитаем рентабельность продаж за 2016 год.

$$R_{\text{продаж}} = \frac{32\,958}{615\,433} \times 100\% = 5,36$$

4. Используя формулу 4, рассчитаем рентабельность продукции за 2016 год.

$$R_{\text{продукции}} = \frac{32\,958}{480\,647} \times 100\% = 6,86$$

5. Используя формулу 5, рассчитаем рентабельность издержек обращения за 2016 год.

$$R_{\text{изд}} = \left(\frac{134\,786}{480\,647} \right) \times 100\% = 28,04$$

6. На основании данных бухгалтерской отчётности рассчитаем общую рентабельность предприятия по формуле 6:

$$R_{\text{общ 2015}} = \left(\frac{3\,888}{397\,104} \right) \times 100\% = 0,98$$

$$R_{\text{общ 2016}} = \left(\frac{16\,381}{615\,433} \right) \times 100\% = 2,66$$

$$R_{\text{общ 2017}} = \left(\frac{26\,484}{679\,371} \right) \times 100\% = 3,9$$

Проиллюстрируем все показатели рентабельности (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Анализ показателей рентабельности

Показатель	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение 2015-2016 гг.	Абсолютное отклонение 2016-2017 гг.
R активов	0,9	3,05	5,82	2,15	2,77
R продаж	0,95	5,36	5,37	4,41	0,01
R продукции	1,23	6,86	6,99	5,63	0,13
R издержек обращения	29,42	28,04	30,27	-1,38	2,23
R собственного капитала	8,63	31,94	36,42	23,31	4,48

Р общая	0,98	2,66	3,9	1,68	1,24
---------	------	------	-----	------	------

Из данных таблицы 2.1 видно, что за 2016-2017 год рентабельность активов увеличилась на 2,77% и в 2017 году составила 5,82%. Рентабельность продаж за 2016-2017 год незначительно выросла на 0,01% и составила в 2017 году 5,37%. Рентабельность продукции увеличилась за 2016-2017 год на 0,13% и в 2017 году составила 6,99%. А рентабельность издержек обращения с 2015-2016 год уменьшилась на 1,38% и составила 28,04%, но в 2017 году предприятие исправило свое положение и рентабельность издержек обращения составила 30,27%. Наибольший рост был у рентабельности собственного капитала: в 2015 году – 8,63%, а в 2017 году – 36,42%. Общая рентабельность ООО «НГ – Сервис» с 2016-2017 год увеличилась на 1,24% и составила 3,9% в 2017 году.

Динамика показателей рентабельности ООО «НГ – Сервис» представлена на рисунке 2.2

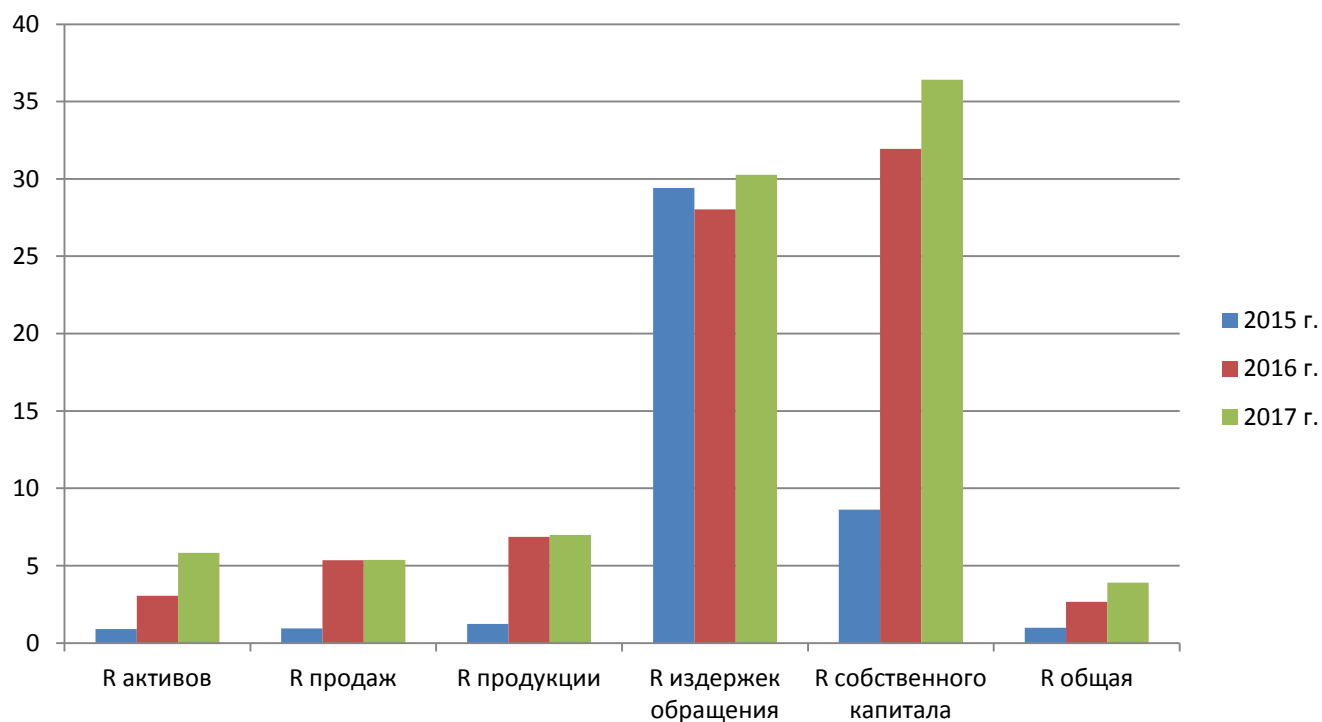


Рисунок 2.2 – Динамика показателей рентабельности

Проанализировав показатели рентабельности (таблица 2.1) и (рисунок 2.2) можно сказать, что в 2015 году каждый рубль выручки приносит 1 коп. прибыли от продаж.

Однако в 2016 году данный показатель увеличивается, и уже 5 коп. прибыли от продаж приносит каждый рубль выручки. Рентабельность продаж растет за счет наращивания объем продаж, вследствие перераспределения постоянных издержек на все большее количество продукции. В 2017 году данный показатель увеличивается незначительно.

Также можно заметить, что в 2015 году 1 коп. прибыли приносит предприятию каждый рубль, затраченный на производство продукции. В 2016 данный показатель увеличивается до 6,86 и уже 7 коп. прибыли приносит предприятию каждый рубль, затраченный на производство продукции.

Анализ рентабельности активов показал, что в 2016 году только 3 коп. прибыли приносит каждый рубль, вложенный в имущество предприятия. Однако в 2017 ООО «НГ – Сервис» увеличивает значения данного показателя, и он становится равен 5,82, а это значит, что уже 6 коп. прибыли приносит каждый рубль, вложенный в имущество предприятия. В 2017 году также 6 коп. прибыли приносит каждый рубль, привлеченный для финансирования деятельности предприятия. Данная ситуация стала следствием увеличения чистой прибыли предприятия.

Также можно сказать, что в 2016 году 32 коп. прибыли приносит каждый рубль собственного капитала. В 2017 году данный показатель резко увеличивается, и уже 36 коп. прибыли приносит каждый рубль собственного капитала.

Однозначно, это положительная динамика изменения рентабельности собственного капитала. Данная ситуация стала следствием резкого увеличения чистой прибыли в 2017 году (с 16 381 тыс. руб. до 26 484 тыс. руб.).

Далее рассмотрим основные коэффициенты оборачиваемости и формулы их расчета:

Используя формулу 7, рассчитаем коэффициент оборачиваемости активов за 2015 год.

$$K_{\text{об.акт.}} = \frac{397\,104}{\frac{397\,846 + 473\,319}{2}} = 0,91$$

Используя формулу 8, рассчитаем фондоотдачу за 2015 год.

$$\Phi O = \frac{397\,104}{(1\,775 + 364)/2} = 371,30$$

Используя формулу 9, рассчитаем капиталоемкость собственного капитала за 2015 год.

$$K_{\text{ск}} = \frac{397\,104}{(46\,991 + 43\,103)/2} = 8,82$$

Используя формулу 10, рассчитаем коэффициент оборачиваемости запасов за 2015 год.

$$K_{\text{зап}} = \frac{306\,844}{(265\,278 + 382\,615)/2} = 0,95$$

Используя формулу 11, рассчитаем капиталотдачу инвестированного капитала за 2015 год.

$$K_{\text{ик}} = \frac{397\,104}{(46\,991 + 43\,103 + 0 + 17\,000)/4} = 14,83$$

Используя формулу 12, рассчитаем коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности за 2015 год.

$$K_{\text{об.дз}} = \frac{397\,104}{\frac{114\,519 + 78\,891}{2}} = 4,11$$

Используя формулу 13, рассчитаем коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности за 2015 год.

$$K_{\text{об.кз}} = \frac{306\,844}{\frac{332\,262 + 403\,607}{2}} = 0,83$$

Для каждого коэффициента оборачиваемости может быть рассчитан период оборота.

Используя формулу 14, рассчитаем период оборота для коэффициента оборачиваемости активов за 2015 год.

$$ПО_{\text{акт}} = \frac{360}{0,91} = 395,60$$

Период оборота для других коэффициентов оборачиваемости рассчитывается аналогично.

Используя формулу 15, рассчитаем коэффициент закрепления для коэффициента оборачиваемости активов за 2015 год.

$$K_{\text{закр}} = \frac{1}{0,91} = 1,10$$

Коэффициент закрепления для других коэффициентов оборачиваемости рассчитывается аналогично.

Приведем анализ основных показателей деловой активности ООО «НГ – Сервис» в таблице 2.2

Таблица 2.2 – Показатели деловой активности

Показатель	2015	2016	2017
К об-ти активов	0,91	1,15	1,49
К об-ти ВОА	371,30	271,83	161,74
К об-ти СК	8,82	12	9,34
К об-ти инвестированного капитала	14,83	16,72	13,59
К об-ти запасов	0,95	1,15	1,60
К об-ти ДЗ	4,11	5,73	5,69
К об-ти КЗ	0,83	1,06	1,52
ПО _{АКТИВОВ}	395,60	313,04	241,61
ПО _{ВОА}	0,97	1,32	2,23
ПО _{СК}	40,82	30	38,54
ПО _{ИНВЕСТИРОВАННОГО КАПИТАЛА}	24,28	21,53	26,49
ПО _{запасов}	378,95	313,04	225
ПО _{ДЗ}	87,59	63,83	63,27
ПО _{КЗ}	433,73	339,62	236,84

Наглядно проиллюстрируем оборачиваемость активов (рисунок 2.3).

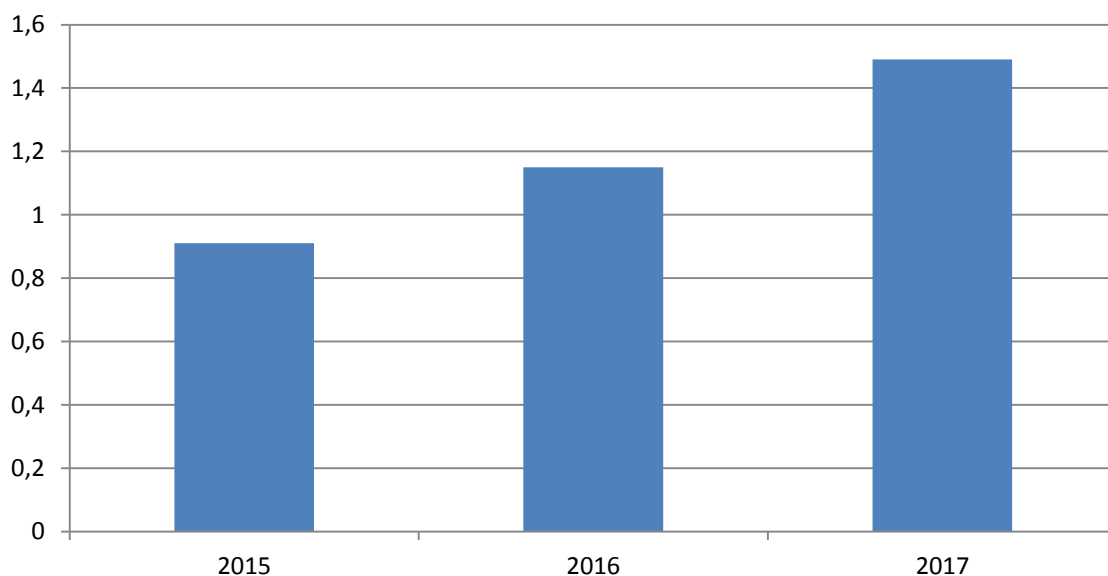


Рисунок 2.3 – Изменение оборачиваемости активов

На основании таблицы 2.2 и рисунка 2.3 можно сделать выводы, что коэффициент оборачиваемости активов увеличился, значит, это характеризует эффективность и качество структуры активов. Естественно, что рост коэффициента оборачиваемости расценивается положительно. Причиной прогресса могут быть следующие явления и их сочетания:

1. Увеличение объемов продаж;
2. Рост прибыли;
3. Повышение эффективности использования ресурсов;
4. Общее повышение уровня работы организации;
5. Внедрение инноваций и освоение прогрессивных методов и технологий;
6. Понижение уровня оборотных фондов [43].

Рассмотрим динамику финансовых результатов ООО «НГ – Сервис» на основе таблицы 2.3.

Таблица 2.3 – Динамика финансовых результатов ООО «НГ – Сервис»

Показатели	Анализируемый период			Отклонение (+/-)		Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2016 от 2015	2017 от 2016	2016 от 2015	2017 от 2016
Выручка	397 104	615 433	679 371	218 329	63 938	155	110,4
Себестоимость продаж	306 844	480 647	521 492	173 803	40 845	156,6	108,5

Валовая прибыль	90 260	134 786	157 879	44 526	23 093	149,3	117,1
Уровень себестоимости к выручке, %	77,3	78,1	76,8	0,8	-1,3	101	98,3
Коммерческие расходы	86 484	101 828	121 421	15 344	19 593	117,7	119,2
Управленческие расходы	-	-	-	-	-	-	-
Прибыль от продаж	3 776	32 958	36 458	29 182	3 500	872,8	110,6
Доходы от участия в других организациях	-	-	-	-	-	-	-
Проценты к получению	302	857	35	555	-822	283,8	4,1

Окончание таблицы 2.3

Показатели	Анализируемый период			Отклонение (+/-)		Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2016 от 2015	2017от 2016	2016 от 2015	2017от 2016
Проценты к уплате	234	2579	2 267	2 345	-312	1 102,1	87,9
Прочие доходы	718	109	3 829	-609	3 720	15,2	3 512,8
Прочие расходы	4 700	8 885	4 617	4 185	-4 268	189	52
Прибыль до налогообложения	1 574	22 460	33 438	20 886	10 978	1 426,9	148,9
Текущий налог на прибыль	2 314	6 079	6 954	3 765	875	262,7	114,4
Чистая прибыль отчетного года	3 888	16 381	26 484	12 493	10 103	421,3	161,7

На основе таблицы 2.3, можно сделать вывод, что в 2017 году выручка увеличилась на 63 938 тыс. руб., это говорит о том, что на предприятии происходит рост продаж, однако себестоимость продукции выросла на 40 845 тыс. руб. и составила 521 492 тыс. руб.

Выручка выросла большими темпами, чем коммерческие расходы, тем самым прибыль от продаж увеличилась на 3 500 рублей.

Проведем горизонтальный анализ прибыли ООО «НГ – Сервис» за 2017 год.

В 2017 году выручка увеличилась на 10,4%, что в абсолютном выражении составляет 63 938 тыс. руб., это говорит о том, что на предприятии происходит

рост продаж, однако, себестоимость продукции выросла на 8,5%. Валовая прибыль выросла на 17,1%.

Коммерческие расходы увеличились на 19,2%, рост коммерческих расходов произошел меньшими темпами, чем рост валовой прибыли, тем самым прибыль от продаж увеличилась на 10,6%. Прибыль до налогообложения увеличилась на 48,9%. Чистая прибыль в 2017 году увеличилась на 61,7%.

Далее проведем вертикальный анализ за 2017 год.

Себестоимость продукции 2017 года составляет 76,8% доли валюты баланса, что на 1,7% меньше, чем в 2016 году. Однако доля коммерческих расходов в 2016 году увеличилась на 8,0% (с 16,5% до 17,9%).

Тем самым доля прибыли от продаж в 2017 году увеличилась на 0,2% (с 5,4% до 5,4%).

Так же доля прибыли до налогообложения увеличилась с 3,6% до 4,9%.

Доля чистой прибыли в 2017 году составляет 3,9%, что на 46,5% больше, чем в 2016 году, это свидетельствует о эффективности налогового планирования и эффективности управления коммерческими расходами.

На основе ПРИЛОЖЕНИЯ А, Б, В, факторный анализ свидетельствует о том, что наибольшее влияние на увеличение чистой прибыли оказали статьи выручки на 632,9% и прибыль до налогообложения на 108,66%

Как видно из "Отчета о финансовых результатах", за год организация получила прибыль от продаж в размере 36 458 тыс. руб., что составило 5,4% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль от продаж выросла на 3 500 тыс. руб., или на 10,6%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем периоде выросла как выручка от продаж, так и расходы по обычной деятельности на 63 938 и 60 438 тыс. руб.

Изменение чистой прибыли наглядно представлено ниже на (рисунок 2.4).

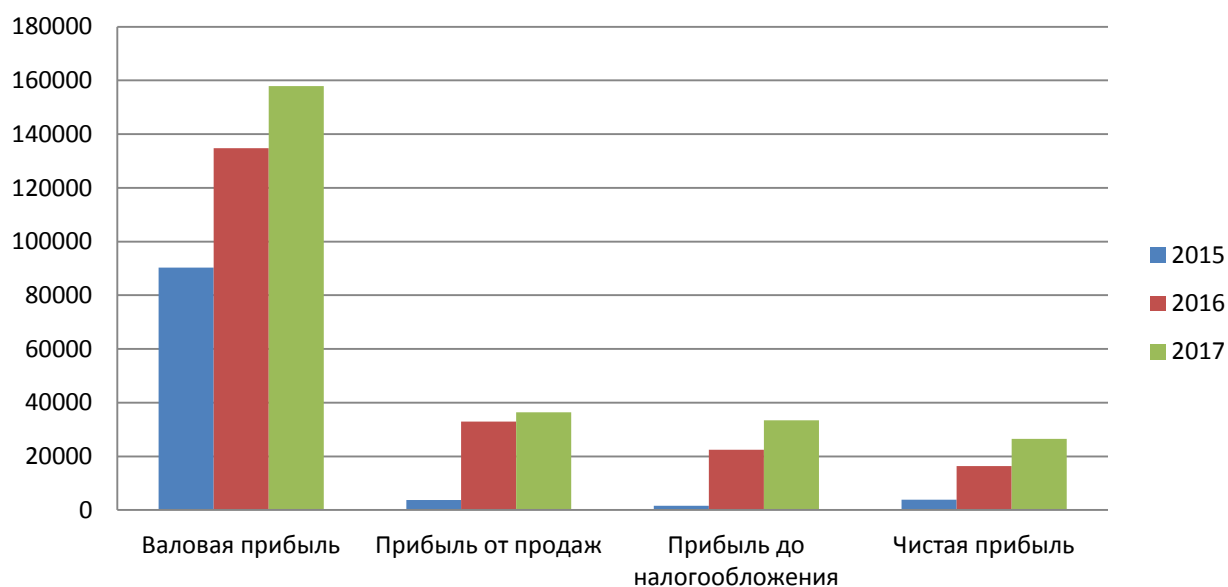


Рисунок 2.4 – Изменение прибыли

На основе рисунка 2.4, можно сделать вывод, что в 2017 году наблюдается рост увеличения валовой прибыли, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности ООО «НГ – Сервис».

Прибыль от продаж за 2016 год увеличилась до 32 958 тысяч рублей по сравнению с 2015 годом. За 2017 год прибыль от продаж выросла до 36 458 тысяч рублей. Продажи компании за отчетный период увеличились до 679 371 тысячи рублей с 615 433 тысяч рублей годом ранее.

Чистая прибыль предприятия за 2017 год по сравнению с 2016 увеличилась на 10 103 тысячи рублей до 26 484 тысячи рублей, это свидетельствует об эффективности налогового планирования и эффективности управления коммерческими расходами.

Валовая прибыль выросла на 23 093 тыс. руб. Рост коммерческих расходов произошел меньшими темпами, чем рост валовой прибыли, так как они увеличились лишь на 19 593 тыс. руб.

2.3 Факторный анализ рентабельности предприятия

На основе двухфакторной модели DU PONT рассчитаем коэффициент рентабельности активов, воспользуемся формулой 19.

$$ROA\ 2015 = 0,95 \times 0,91 = 0,86$$

$$ROA\ 2016 = 5,36 \times 1,15 = 6,16$$

$$ROA\ 2017 = 5,37 \times 1,49 = 8$$

Приведем полученные данные к табличному виду (таблица 2.4).

Таблица 2.4 – Изменение ROA

Показатели	Анализируемый период			Отклонение (+/-)		Отклонение, %	
	2015	2016	2017	2016 от 2015	2017 от 2016	2016 от 2015	2017 от 2016
ROA	0,86	6,16	8	5,3	1,84	16	30

На основе таблицы 2.4 можно сказать, что рентабельность активов в 2016 году выросла на 15% или 5,3% и составила 6,16%. А в 2017 году рентабельность активов выросла лишь на 1,84% и составила 8%.

Наглядно изобразим коэффициенты рентабельности активов на основе модели DU PONT (рисунок 2.5).

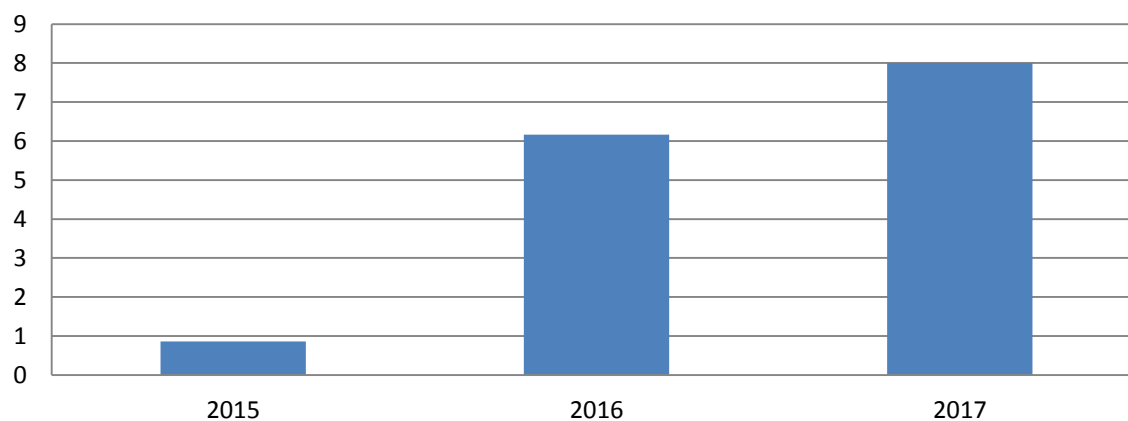


Рисунок 2.5 – Динамика рентабельности активов на основе модели DU PONT

На основе рисунка 2.5 можно сделать вывод, что с каждым годом коэффициент ROA увеличивается, следовательно, это свидетельствует о хорошей динамике.

Проведем факторный анализ рентабельности продаж предприятия ООО «НГ – Сервис» за 2017 год. Рассмотрим, как изменилась рентабельность продаж в отчетном периоде по сравнению с прошлым годом.

На основе таблицы 2.3 рассчитаем влияние факторов на рентабельность продаж за 2015, 2016, 2017 год [44].

На основе формулы 20, рассчитаем влияние выручки:

$$\Delta R \text{ влияние выручки на 2016 год} = \left(\frac{615\,433 - 306\,844 - 86\,484 - 0}{615\,433} - \frac{397\,104 - 306\,844 - 86\,484 - 0}{397\,104} \right) \times 100\% = 35,14\%$$

$$\Delta R \text{ влияние выручки на 2017 год} = \left(\frac{679\,371 - 480\,647 - 101\,828 - 0}{679\,371} - \frac{615\,433 - 480\,647 - 101\,828 - 0}{615\,433} \right) \times 100\% = 8,9\%$$

На основе формулы 21, рассчитаем влияние себестоимости:

$$\Delta R \text{ влияние себестоимости на 2016 год} = \left(\frac{615\,433 - 480\,647 - 86\,484 - 0}{615\,433} - \frac{615\,433 - 306\,844 - 86\,484 - 0}{615\,433} \right) \times 100\% = -28,24\%$$

$$\Delta R \text{ влияние себестоимости на 2017 год} = \left(\frac{679\,371 - 521\,492 - 101\,828 - 0}{679\,371} - \frac{679\,371 - 480\,647 - 101\,828 - 0}{679\,371} \right) \times 100\% = -6,01\%$$

На основе формулы 22, рассчитаем влияние коммерческих расходов:

$$\Delta R \text{ влияние коммерческих расходов на 2016 год} = \left(\frac{615\,433 - 480\,647 - 101\,828 - 0}{615\,433} - \frac{615\,433 - 480\,647 - 86\,484 - 0}{615\,433} \right) \times 100\% = -2,49\%$$

$$\Delta R \text{ влияние коммерческих расходов на 2017 год} = \left(\frac{679\,371 - 521\,492 - 121\,421 - 0}{679\,371} - \frac{679\,371 - 521\,492 - 101\,828 - 0}{679\,371} \right) \times 100\% = -2,88\%$$

На основе формулы 23 рассчитаем влияние управленческих расходов:

$$\Delta R \text{ влияние управленческих расходов на 2016 год} = \left(\frac{615\,433 - 480\,647 - 101\,828 - 0}{615\,433} - \frac{615\,433 - 480\,647 - 101\,828 - 0}{615\,433} \right) \times 100\% = 0$$

$$\Delta R \text{ влияние управленческих расходов на 2017 год} = \left(\frac{679\,371 - 521\,492 - 121\,421 - 0}{679\,371} - \frac{679\,371 - 521\,492 - 121\,421 - 0}{679\,371} \right) \times 100\% = 0$$

Наглядно представим влияние факторов в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Влияние факторов на рентабельность продаж

Год	Влияние выручки	Влияние себестоимости	Влияние коммерческих расходов	Влияние управленческих расходов	Изменение R продаж
2016	35,14 %	- 28,24	- 2,49	0	4,41
2017	8,9 %	- 6,01	- 2,88	0	0,01

На основе таблицы 2.5 можно сделать вывод, что наиболее существенное влияние оказывает выручка и себестоимость.

Следует отметить, что на низкий уровень рентабельности предприятия влияет нерациональная организация труда, например, на предприятии ООО «НГ – Сервис» наблюдается простой грузов из-за недостаточного количества вилочных погрузчиков, поэтому в 2016 году выручка снижается на 35,14%, а в 2017 году на 8,9%. Так же следует отметить, что на предприятии каждый год растет себестоимость продукции, в 2016 году себестоимость увеличивается на 28,24%, а в 2017 на 6%, следовательно, такая динамика является негативной для предприятия.

Представим графически (рисунок 2.6).

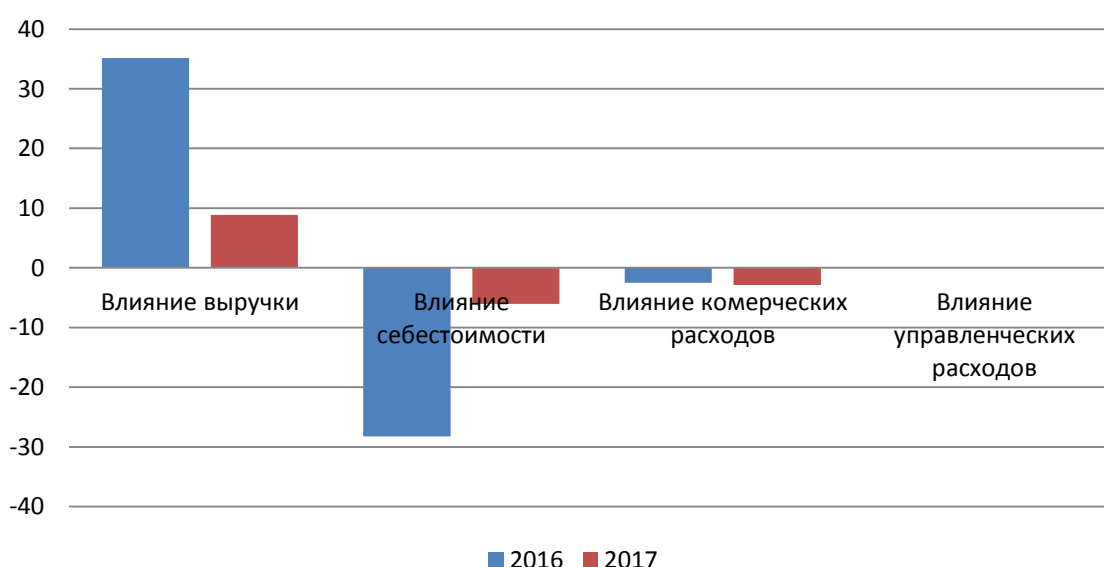


Рисунок 2.6 – Влияние факторов на рентабельность продаж

На основе рисунка 2.6 можно сделать вывод, что влияние коммерческих расходов незначительно сказывается на рентабельность продаж, поэтому, ими можно пренебречь.

После выявления факторов, влияющих на рентабельность и доходы предприятия, необходимо провести плановые мероприятия по увеличению доходов, а также увеличению выручки от реализации и уменьшению расходов организации, преимущественно входящих в себестоимость продукции путем проведения специально разработанных мер.

Выводы к разделу 2

ООО «НГ – Сервис» – это компания, которая занимается продажей дорожно-строительной техники, осуществлением оптовой и розничной торговли запчастями. За 2016-2017 год на предприятии ООО «НГ – Сервис» выручка выросла на 63 938 тыс. руб. и составила в 2017 году 679 371 тыс. руб. Чистая прибыль по сравнению с 2016 годом выросла на 10 103 и составила 26 484 тыс. руб.

Согласно двухфакторной модели Дюпона рентабельность активов увеличивается с каждым годом. В 2016 году показатель увеличивается на 15% или 5,3% и составляет 6,16%. А в 2017 году рентабельность активов увеличивается лишь на 1,84% и составляет 8%.

На основе анализа показателей рентабельности, можно сделать вывод, что все показатели рентабельности с каждым годом увеличиваются, что свидетельствует о эффективности предприятия. В 2016-2017 году рентабельность активов увеличилась на 2,77% и в 2017 году составила 5,82%. Рентабельность продаж за 2016-2017 год незначительно выросла на 0,01% и составила в 2017 году 5,37%. Общая рентабельность ООО «НГ – Сервис» с 2016-2017 год увеличилась на 1,24% и составила 3,9% в 2017 году.

На основе проведенного факторного анализа рентабельности продаж, было выявлено, что на предприятии ООО «НГ – Сервис» повышается себестоимость продукции, и понижается выручка, так как на предприятии наблюдается простой грузов.

Увеличение роста рентабельности требует разработку и принятие мер по ее росту, что будет предметом рассмотрений следующей главы выпускной квалификационной работы.

3 ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ООО «НГ – СЕРВИС»

3.1 Разработка рекомендаций по повышению рентабельности

На основе факторного анализа рентабельности продаж было выявлено, что существенное влияние оказывает выручка и себестоимость предприятия.

Необходимо разработать мероприятия направленные на увеличение выручки и снижения себестоимости предприятия, а также увеличение рентабельности ООО «НГ – Сервис» в целом.

Наглядно представим мероприятия на рисунке 3.1.

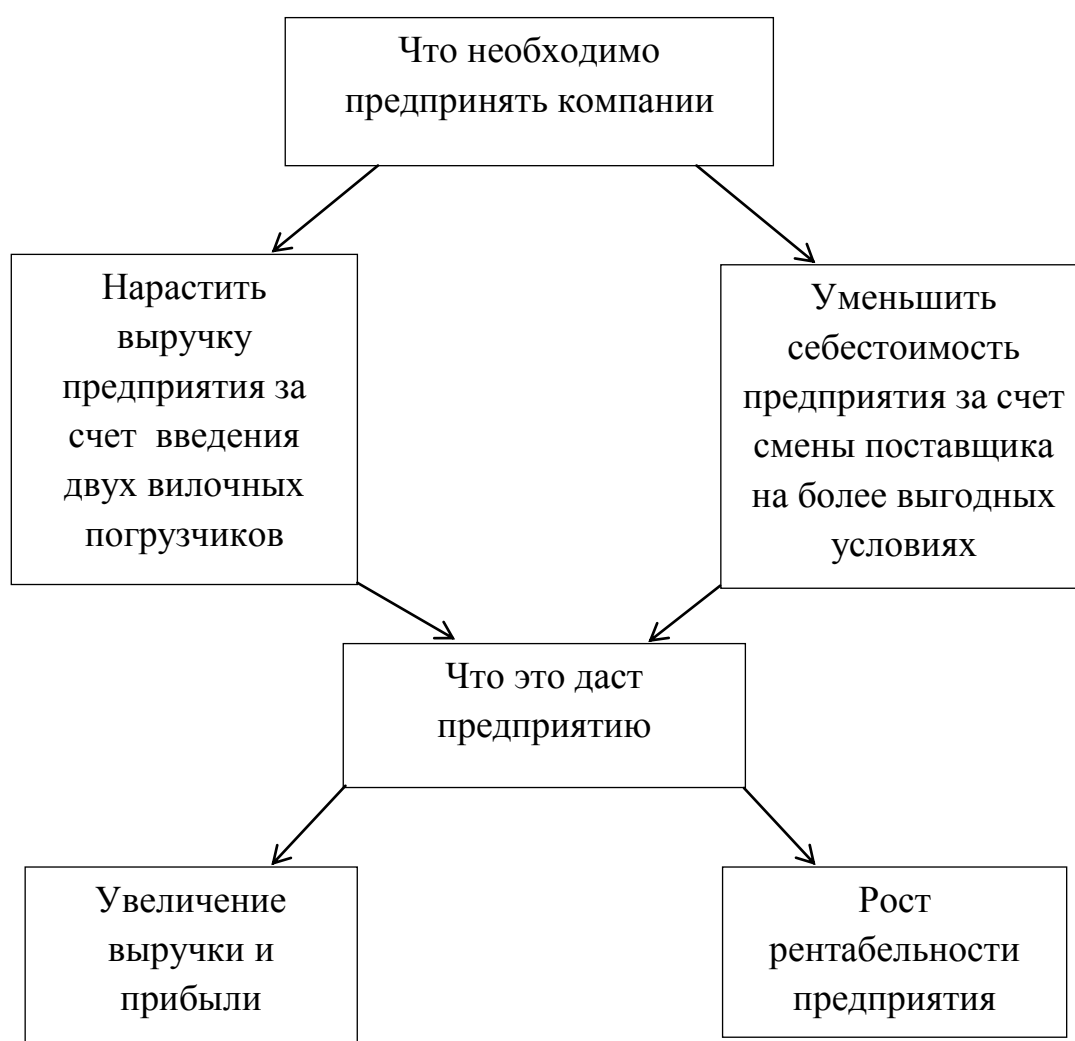


Рисунок 3.1 – Мероприятия направленные на увеличение рентабельности ООО «НГ – Сервис»

На предприятии ООО «НГ – Сервис» наблюдается простой грузов, так как часть вилочных погрузчиков устарела и работает не в полную силу, а часть находится в не рабочем состоянии, поэтому на предприятии часто происходит сбой при погрузках и разгрузках продукции, что в следствии ведет к снижению выручки и низкой эффективности предприятия.

Для преодоления данной проблемы следует приобрести новые погрузчики, которые значительно увеличат производительность при складировании и погрузке товаров и грузов, что в следствии повлечет за собой увеличение выручки.

Для снижения себестоимости продукции можно заменить поставщика ООО «НЕВАДА – ДСТ», который осуществляет работу по реализации запасных автозапчастей, масел и прочих сопутствующих товаров на сегодняшний день в г. Надыме, г. Новом Уренгое, п. Коротчаево, п. Пурпе, г. Тарко-Сале, г. Губкинском, г. Ноябрьске на нового поставщика All World Cars, который предлагает более выгодные условия.

3.2 Реализация мероприятий по повышению рентабельности

Для увеличения рентабельности предприятия ООО «НГ – Сервис» предлагаем осуществить приобретение нового оборудования Dalian CPQD20 2016 года суммарной стоимостью 1 460 тыс. руб., который предназначен для перемещения и укладки грузов в складских помещениях и на открытых площадках.

На погрузчиках установлены двигатели Nissan и Isuzu. Высокое качество комплектующих и современные стандарты качества сборки позволили создать надежный погрузчик, который сочетает в себе высокую производительность и минимальные эксплуатационные затраты.

Основные технические характеристики вилочного погрузчика Dalian CPQD20 представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Основные технические характеристики вилочного погрузчика

Dalian CPQD20

Спецификация		
Производитель		Dalian
Модель		CPQD20
Грузоподъемность	Кг	2000
Центр тяжести груза	Мм	500
Тип двигателя		газ/бензин
Положение оператора		Сидя
Тип шин		Пневманические
Колеса	Кол-во перед. /зад. (Х-ведущие)	2Х/2
Размеры		
Высота подъема вил	Мм	3000
Свободный ход вил	Мм	145
Каретка	Класс/ширина	2/1020
Вилы	Толщина/ширина/длина мм	35/100/920
Наклон мачты	Вперед/назад град.	6/12
Ширина вил	Макс./мин. Мм	915/205
Полная длина	Длина до конца вил мм	3195
Длина погрузчика	Длина до спинки вил мм	2275
Полная ширина	Шина/рама мм	970/970
Полная ширина	Ширина/рама (сдвоенный протектор) мм	1190/1070

Окончание таблицы 3.1

Производительность		
Скорость движения (стандартный протектор)	Вперед (с/без груза) км/ч	17.5/18.5
	Назад (с/без груза) км/ч	
Скорость подъема	с/без груза мм/с	480/500
Скорость опускания	с/без груза мм/с	600/300
Тяговая сила	1,5 км/ч, с/без груза N	18140
Преодоление уклона	1,5 км/ч, с/без груза %	39/25
Вес		
Вес (без груза)	Стандартный протектор кг	2610
	Двойной протектор кг	2625
Нагрузка на оси	С грузом передн. /задн. кг	3640/470
	Без груза передн. /задн. кг	1175/1435
Высота	Высота опущенной мачты мм	2065
	Высота поднятой мачты мм	4300
	Высота кабины мм	2060

Погрузчик Dalian CPQD20 обладает следующими особенностями:

- встроенная система диагностики;
- компактный корпус;
- система стабилизации погрузчика при движении.

Электропогрузчики DALIAN серии CPD10-CPD30 оборудованы системой рекуперативного торможения. Система позволяет преобразовывать механическую энергию торможения в энергию заряда аккумуляторных батарей. Рекуперативное торможение позволяет экономить энергоресурс погрузчика.

Электропогрузчики DALIAN оснащены комфортабельными кабинами. Хорошо продумана эргономика рабочего места оператора. Гидроусилитель руля (ГУР), удобное расположение рычагов и педалей, информативная индикаторная панель, ровный широкий пол кабины, регулируемая рулевая колонка позволяют уменьшить утомляемость оператора, что способствует более эффективной и безопасной работе [45].

Приобретение погрузчика позволит компании ООО «НГ – Сервис» значительно увеличить производительность труда и в следствии это приведет к увеличению выручки на предприятии.

Для снижения себестоимости заменим поставщика ООО «Невада – ДСТ», который на сегодняшний день осуществляет работу по реализации запасных автозапчастей, масел и прочих сопутствующих товаров в г. Надыме, г. Новом Уренгое, п. Коротчаево, п. Пурпе, г. Тарко-Сале, г. Губкинском, г. Ноябрьске на нового поставщика All World Cars, ИП Петрушкин И.С, который находится в г. Челябинск.

All World Cars это федеральная сеть оптово-розничного магазина автозапчастей с собственными складами и развитой логистикой.

Этот магазин специализируется на поставках автозапчастей для автомобилей как иностранного, так и отечественного производства. Благодаря налаженным оптимальным и надежным схемам взаимодействия осуществляет быструю поставку продукции с оптовых складов крупнейших импортеров автодеталей (оригинальные и неоригинальные запчасти, аккумуляторы, автomasла, автопринадлежности и аксессуары).

Оптово-розничное подразделение находится в Челябинске, 40 лет победы, 30.

У магазина All World Cars цены на атозапчасти значительно ниже по сравнению с нашим действующим поставщиком на сегодняшний день.

Рассмотрим основные, часто покупаемые автозапчасти и проведем сравнительный анализ цен с новым поставщиком.

Таблица 3.2 – Сравнительный анализ цен с новым поставщиком

Ассортимент	Количество	Цена поставщика ООО «Невада-ДСТ»	Цена поставщика All World Cars	Оптовая разница цен в %
<u>Стартер Андория 4ст90</u>	1 шт	7 280	7 000	4
<u>Радиатор 2-х рядный уаз-3160,31601,31604 и модиф., UAZ арт.</u>	1 шт	11 230	10 800	3,98
Цепь гусеничная BD2G (38L)	1 шт	26 400	25 000	5,6
<u>Борта Газель 3302, кузов газель, платформа</u>	1 шт	22 000	22 000	0
Вал КПП вторичный 4-х синхронной в сборе АДС	1 шт	7 320	7 100	3,1
Натяжитель гусеничной цепи с пружиной на PC75	1 шт	20 800	20 000	4
Звезда приводная на EX135UR + венец звезды на D20-6.7	1 шт	18 600	18 000	3,3
<u>Коробка Отбора Мощности (с НШ150) 63621-4204010</u>	1 шт	31 200	30 000	4
Форсунка топливная	1 шт	10 400	9 900	5,05
Турбокомпрессор	1 шт	21 900	20 700	5,8
Итого				38,83
Среднее арифметическое				3,883

На основе таблицы 3.2 можно сделать вывод, что у нового поставщика All World Cars цены значительно ниже, в среднем на 4%, поэтому нам выгодно поменять поставщика.

3.3 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий

После выявления мероприятий, которые увеличат выручу предприятия и понизят себестоимость продукции, проведем расчет экономической

эффективности от предложенных мероприятий, воспользуемся трендовым анализом. Данный прогноз основывается на выявлении тенденций изменений прогнозируемой величины в будущем на основе информации о ее изменениях в последние годы [46].

Для определения влияния данных мер на финансовые результаты ООО «НГ – Сервис» прежде всего проведем прогноз выручки и себестоимости на 2018 год.

Сначала проведем прогноз выручки (таблица 3.3) и наглядно проиллюстрируем (рисунок 3.2).

Таблица 3.3 – Прогноз выручки ООО «НГ – Сервис» на 2018 год

№ п/п	Показатели	Значения
1	Выручка в 2015г., тыс. руб.	397 104
2	Выручка в 2016г., тыс. руб.	615 433
3	Выручка в 2017г., тыс. руб.	679 371
4	2016 /2015 год	1,55
5	2017 /2016 год	1,10
6	Коэффициент корреляции ((строка 4 + строка 5)/2)	1,325
7	Прогноз выручки на 2018 год (строка 6 × строка 3)	900 167

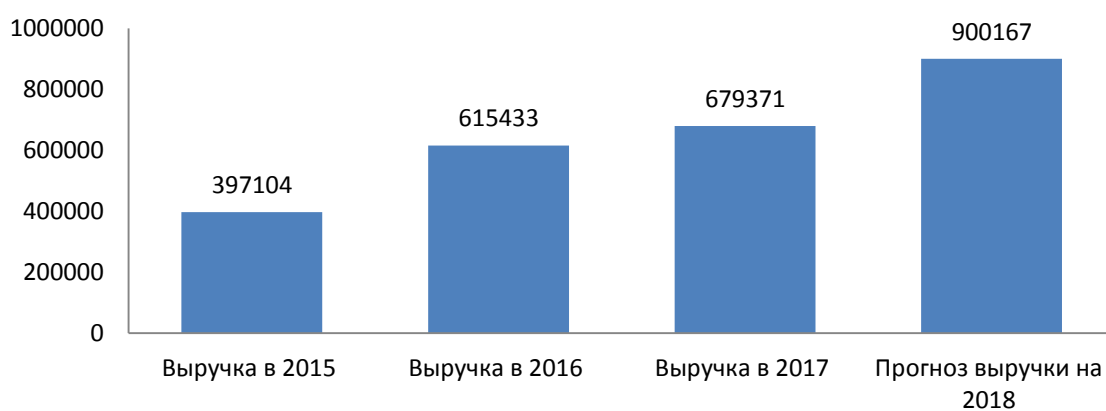


Рисунок 3.2 – Динамика выручки

Из данных таблицы 3.3 и рисунка 3.2 видно, что согласно прогнозу, выручка в 2018 году увеличится и составит 900 176 тыс. руб.

Далее проведем прогноз себестоимости ООО «НГ – Сервис» на 2018 год (таблица 3.4) и представим наглядно (рисунок 3.3).

Таблица 3.4 – Прогноз себестоимости ООО «НГ – Сервис» на 2018 год

№ п/п	Показатели	Значения
1	Себестоимость в 2015г., тыс. руб.	306 844
2	Себестоимость в 2016г., тыс. руб.	480 647
3	Себестоимость в 2017г., тыс. руб.	521 492
4	2016 год /2015 год	1,57
5	2017 год /2016 год	1,08
6	Коэффициент корреляции ((строка 4 + строка 5)/2)	1,325
7	Прогноз себестоимость на 2018 год (строка 6 × строка 3)	690 977

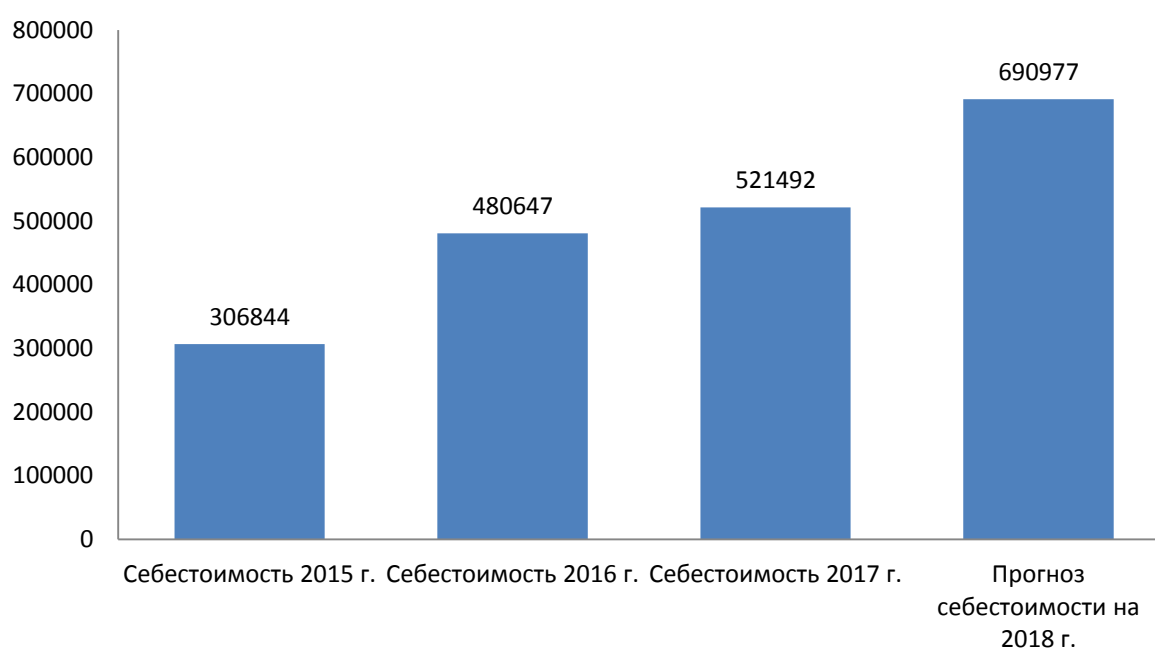


Рисунок 3.3 – Динамика себестоимости

На основе данных таблицы 3.4 и рисунка 3.3 видно, что согласно прогнозу, себестоимость в 2018 году увеличится и составит 690 977 тыс. руб.

Проведем расчет экономической эффективности по внедрению нового технологического оборудования в ООО «НГ – Сервис».

Проведем расчет влияния внедрения нового технологического оборудования на чистую прибыль ООО «НГ – Сервис» – двух вилочных погрузчиков Dalian CPQD20 суммарной стоимостью 1 460 тыс. руб. (таблица 3.5) и рассмотрим наглядно влияние на чистую прибыль предприятия (рисунок 3.4).

Так как на предприятии имеется достаточное количество нераспределенной прибыли, оборудование мы будем покупать на эти деньги, поэтому себестоимость останется неизменной.

Таблица 3.5 – Влияние приобретенного оборудования на выручку и прибыль
ООО «НГ – Сервис»

Показатели	Прогноз 2018 г. без рекомендаций	Прогноз 2018 г. с рекомендациями	Отклонение, +/-	Отклонение, %
Выручка	900 167	1 035 192	135 025	15
Себестоимость	690 977	690 977	0	0
Валовая прибыль	209 190	344 215	135 025	65
Коммерческие расходы	121 421	121 421	0	0
Прибыль от продаж	87 769	222 794	135 025	54
Прочие расходы	4 617	4 617	0	0
Прибыль до налогообложения	83 152	218 177	135 025	62
Текущий налог на прибыль	16 630	43 635	27 005	62
Чистая прибыль	66 522	174 542	108 020	62

Таким образом, благодаря внедрению нового оборудования планируется увеличить производительность труда на 15 % , что приведет к росту выручки на 135 025 тыс. руб.

Проиллюстрируем графически влияние приобретенного оборудования на прибыль ООО «НГ – Сервис» (рисунок 3.4).



Рисунок 3.4 – Динамика чистой прибыли после внедрения нового оборудования Dalian CPQD20

Благодаря данной рекомендации валовая прибыль, прибыль от продаж и прибыль до налогообложения вырастет на 135 025 тыс. руб., а чистая прибыль ООО «НГ – Сервис» вырастет на 62 % или на 108 020 тыс. руб.

Далее проведем расчет экономической эффективности после замены поставщика на более выгодных условиях (таблица 3.6) и проиллюстрируем прогнозное влияние на прибыль (рисунок 3.5). На предприятии, если рассматривать в процентном соотношении продажи, то большее количество занимает техника 60 %, а остальные 40 % автозапчасти. Поэтому, себестоимость мы будем расценивать именно в этом соотношении. Получается, что себестоимость автозапчастей составит 276 391 тыс. руб. от общей себестоимости.

С учетом условий нового поставщика, где в среднем цена на автозапчасти ниже на 4 % рассчитаем себестоимость.

$$276\,391 - 4\% = 265\,335 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Тогда общая себестоимость составит: } 414\,586 + 265\,335 = 679\,921 \text{ тыс. руб.}$$

Таблица 3.6 – Влияние мер после замены поставщика на себестоимость и прибыль ООО «НГ – Сервис»

Показатели	Прогноз 2018 г. без рекомендаций	Прогноз 2018 г. с рекомендациями	Отклонение, +/-	Отклонение, %
Выручка	900 167	900 167	0	0
Себестоимость	690 977	679 921	-11 056	98
Валовая прибыль	209 190	220 246	11 056	5
Коммерческие расходы	121 421	121 421	0	0
Прибыль от продаж	87 769	98 825	11 056	13
Прочие расходы	4 617	4 617	0	0
Прибыль до налогообложения	83 152	94 208	11 056	13
Текущий налог на прибыль	16 630	18 842	2 212	13
Чистая прибыль	66 522	75 366	8 844	13

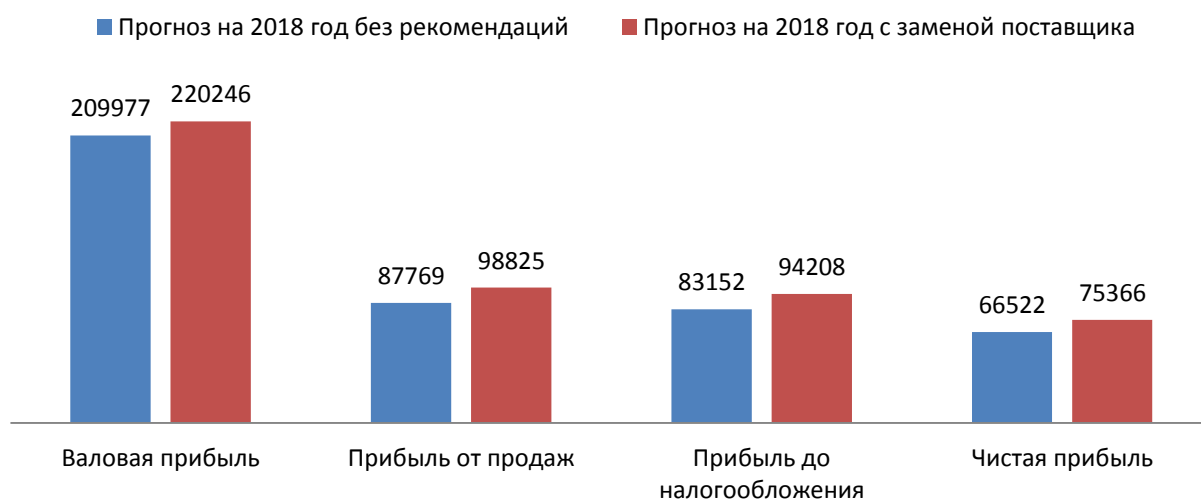


Рисунок 3.5 – Динамика чистой прибыли после замены поставщика на более выгодных условиях

Таким образом, благодаря мерам по замене поставщика себестоимость ООО «НГ – Сервис» снизится на 11 056 тыс. руб. или на 98% и составит 679 921 тыс. руб. Валовая прибыль, прибыль от продаж и прибыль до налогообложения вырастет на 11 056 тыс. руб., а чистая прибыль в результате предложенного мероприятия вырастет на 8 844 тыс. руб. и составит 75 366 тыс. руб.

На основе проведенного анализа, можно заметить, что предложенные мероприятия благоприятно влияют на чистую прибыль и улучшают его эффективность. Так же для еще большего улучшения предприятия и увеличения его рентабельности, можно применить оба мероприятия.

Проведем расчет экономической эффективности влияния обоих мероприятий на 2018 год (таблица 3.7) и покажем наглядно динамику выручки и себестоимости (рисунок 3.6).

Таблица 3.7 – Влияние обоих мероприятий на выручку и себестоимость на предприятии ООО «НГ – Сервис»

Показатели	Прогноз 2018 г. без рекомендаций	Прогноз 2018 г. с рекомендациями	Отклонение, +/-	Отклонение, %
Выручка	900 167	1 035 192	135 025	15
Себестоимость	690 977	679 921	-11 056	98
Валовая прибыль	209 190	355 271	146 081	70
Коммерческие расходы	121 421	121 421	0	0
Прибыль от продаж	87 769	233 850	146 081	66
Прочие расходы	4 617	4 617	0	0
Прибыль до налогообложения	83 152	229 233	146 081	76
Текущий налог на прибыль	16 630	45 847	29 217	76
Чистая прибыль	66 522	183 386	116 864	76

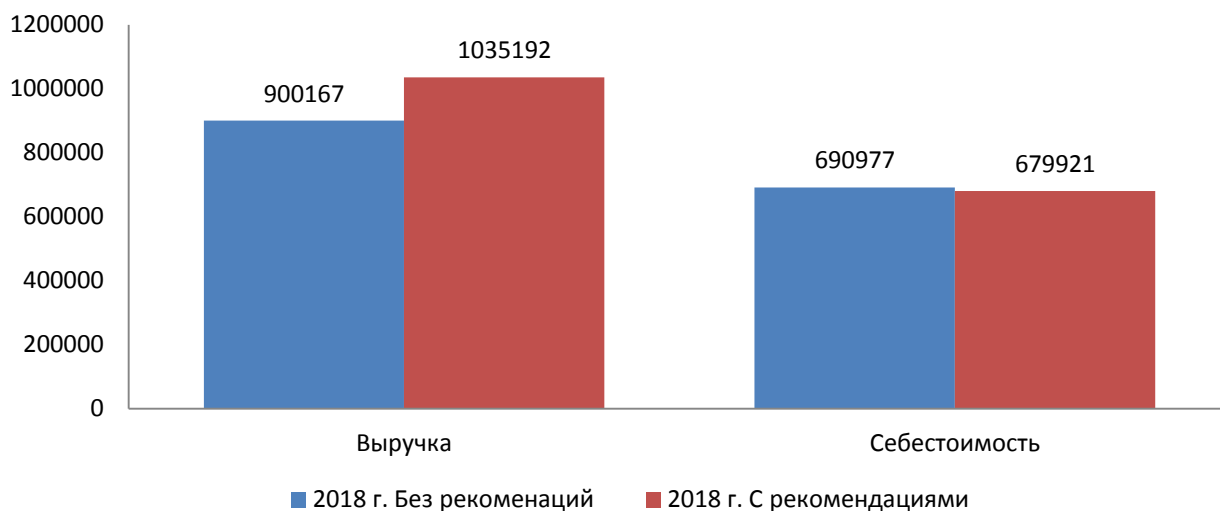


Рисунок 3.6 – Динамика обоих мероприятий на выручку и себестоимость ООО «НГ – Сервис»

На основе полученных данных (таблица 3.7) и (рисунок 3.6), можно сделать вывод, что благодаря предложенным мероприятиям выручка в 2018 году увеличится на 135 025 тыс. руб. по сравнению с 2018 годом без рекомендаций и составит 1 035 192 тыс. руб. А себестоимость хоть и не значительно изменится, но все-таки снизится на 11 056 тыс. руб. и составит 679 921 тыс. руб.

Проведем влияние обоих мероприятий на финансовые результаты предприятия ООО «НГ – Сервис» (рисунок 3.7).

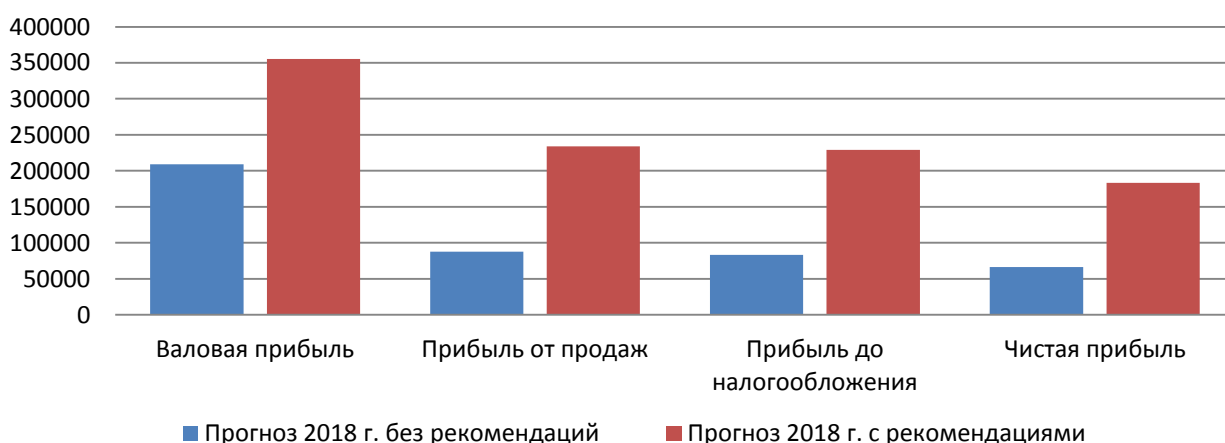


Рисунок 3.7 – Динамика показателей прибыли после внедрения обоих мероприятий

На основе проведенного анализа, можно заметить, что все показатели прибыли увеличиваются и имеют хорошую динамику. Валовая прибыль увеличится на 146 081 тыс. руб. и составит 209 190 тыс. руб. Прибыль от продаж увеличится на 146 081 тыс. руб. и составит 87 769 тыс. руб. Прибыль до налогообложения тоже увеличится на 146 081 тыс. руб. и составит 83 152 тыс. руб. А чистая прибыль предприятия вырастет на 116 864 тыс. руб. и составит 183 386 тыс. руб., это свидетельствует о эффективности предприятия и улучшения его финансового состояния.

Также рассмотрим общее влияние мероприятий по росту рентабельности в ООО «НГ – Сервис» конкретно на выручку и чистую прибыль.

Таблица 3.8 – Общее влияние мероприятий по росту рентабельности на выручку и чистую прибыль в ООО «НГ – Сервис»

№ п/п	Показатели	Значения, тыс. руб.
1	Прогноз выручки на 2017 г.	900 167
2	Рост выручки за счет нового оборудования	135 025
3	Рост выручки за счет смены поставщика	0
4	Прогноз выручки всего	1 035 192
5	Прогноз чистой прибыли на 2017 г.	66 522
6	Рост чистой прибыли за счет нового оборудования	108 020
7	Рост чистой прибыли за счет смены поставщика	8 844
8	Прогноз чистой прибыли всего	183 386

Таким образом, благодаря предложенным мероприятиям по росту рентабельности ООО «НГ – Сервис» выручка в 2018 году составит 1 035 192 тыс. руб., а чистая прибыль составит 183 386 тыс. руб.

Проведем оценку эффективности предложенных мероприятий по росту рентабельности в ООО «НГ – Сервис» в таблице 3.9

Таблица 3.9 – Оценка эффективности предложенных мероприятий на основные показатели рентабельности ООО «НГ – Сервис»

Наименование показателя	2017 год	Прогноз 2018 года с рекомендациями	Отклонение, +/-
Выручка, тыс. руб.	679 371	1 035 192	355 821
Чистая прибыль, тыс. руб.	26 484	183 386	156 902
Рентабельность продаж, %	5,37	22,59	17,22
Рентабельность издержек обращения, %	30,27	52,25	21,98
Рентабельность продукции, %	6,99	34,39	27,4
Общая рентабельность, %	3,9	17,7	13,8

Наглядно покажем эффективность предложенных мероприятий на основные показатели рентабельности ООО «НГ – Сервис» (рисунок 3.8).

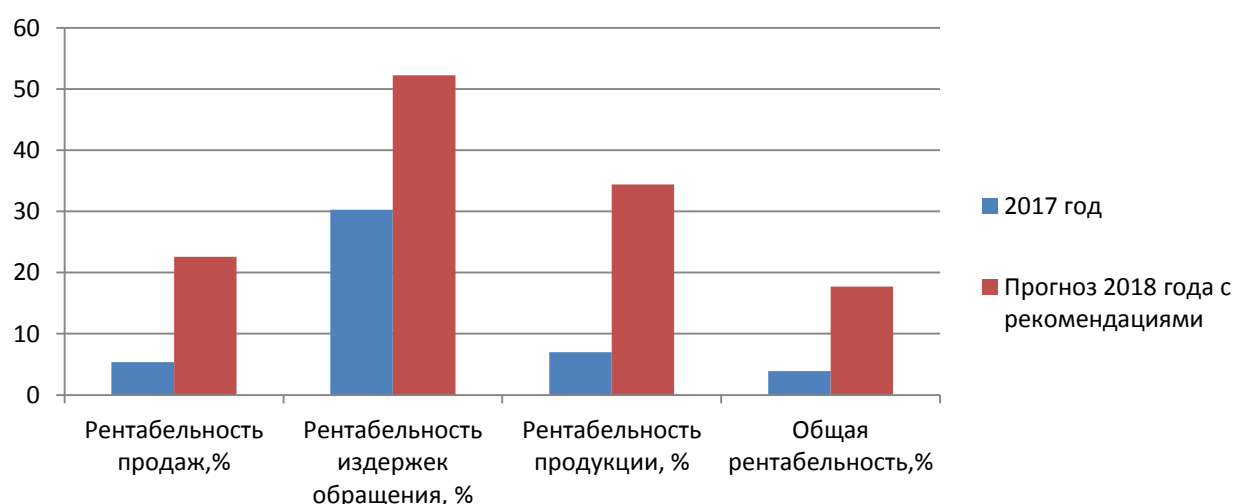


Рисунок 3.8 – Эффективность предложенных мероприятий на основные показатели рентабельности ООО «НГ – Сервис»

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что основные показатели рентабельности ООО «НГ – Сервис» увеличатся.

Выводы к разделу 3

Для увеличения рентабельности ООО «НГ – Сервис» предлагаются следующие рекомендации: приобрести новое оборудование Dalian CPQD20 2016 года суммарной стоимостью 1 460 тыс. руб., которое позволит улучшить производительность труда и тем самым увеличить выручку; заменить старого поставщика ООО «НЕВАДА – ДСТ» на нового поставщика All World Cars.

Благодаря внедрению нового оборудования выручка вырастет на 135 025 тыс. руб., а чистая прибыль ООО «НГ – Сервис» вырастет на 62 % или на 108 020 тыс. руб.

Благодаря замене поставщика себестоимость ООО «НГ – Сервис» снизится на 11 056 тыс. руб. и составит 679 921 тыс. руб., а чистая прибыль в результате предложенного мероприятия вырастет на 8 844 тыс. руб. и составит 75 366 тыс. руб.

Благодаря общему влиянию предложенных мероприятий выручка ООО «НГ – Сервис» составит 1 035 192 тыс. руб., а чистая прибыль 183 386 тыс. руб.

Рентабельность продаж увеличится на 17,22% и составит 22,59%. Рентабельность издержек обращения возрастет на 21,98% и составит 52,25%. Рентабельность продукции увеличится на 27,4% и составит 34,39%. А общая рентабельность ООО «НГ – Сервис» вырастит на 13,8 % и составит 17,7%.

На основе положительной динамике, стоит внедрить оба мероприятия, которые увеличат выручку, понизят себестоимость продукции, а также произойдет повышение рентабельности продаж, что повлечет за собой улучшение финансового состояния предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, цель исследования – оценка рентабельности деятельности предприятия ООО «НГ – Сервис» и разработка мероприятий по ее росту – достигнута.

Изучая и анализируя теоретическую часть работы, выяснилось, что рентабельность является показателем экономической эффективности производства и характеризует соотношение прибыли и затрат за определенный период времени, а показатели рентабельности – это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий. Поэтому их анализ необходим для оценки финансового состояния.

При анализе возможных путей повышения установлено, что для повышения рентабельности необходимо для начала выявить факторы, влияющие на нее, а потом, в соответствии с возможностями предприятия разработать меры по росту рентабельности.

Факторы, которые оказывают влияние на рентабельность производства, многочисленны и многообразны. Некоторые зависят от деятельности конкретных коллективов, а другие связаны с технологией и организацией производства, эффективности использования производственных ресурсов, внедрением достижений научно-технического прогресса.

В ходе проведения организационной характеристики деятельности ООО «НГ – Сервис» установлено, что ООО «НГ – Сервис» - компания, которая занимается продажей дорожно-строительной техники, осуществляет оптовую и розничную торговлю запасными запчастями. С каждым годом от предприятия ООО «НГ – Сервис» открываются филиалы в разных городах России, не только в районах Севера, но и в центральных областях России, тем самым они увеличивают клиентскую базу, расширяют свои сети и занимают устойчивое положение на рынке. А также данное предприятие решает проблему трудоустройства и занятости населения.

Управляет предприятием ООО «НГ – Сервис» директор, а в его непосредственном подчинении – директор по персоналу, коммерческий директор, директор по логистике и финансовый директор.

При анализе финансовых результатов установлено, что прибыль от продаж за 2016 год увеличилась до 32 958 тысяч рублей по сравнению с 2015 годом. За 2017 год прибыль от продаж выросла до 36 458 тысяч рублей. Продажи компании за отчетный период увеличились до 679 371 тысячи рублей с 615 433 тысяч рублей годом ранее. Валовая прибыль выросла на 23 093 тыс. руб. Чистая прибыль предприятия за 2017 год по сравнению с 2016 увеличилась на 10 103 тысячи рублей до 26 484 тысячи рублей, это свидетельствует об эффективности налогового планирования и эффективности управления коммерческими расходами.

При анализе показателей рентабельности предприятия установлено, что за 2016-2017 год рентабельность активов увеличилась на 2,77% и в 2017 году составила 5,82%. Рентабельность продаж за 2016-2017 год незначительно выросла на 0,01% и составила в 2017 году 5,37%. Рентабельность продукции увеличилась за 2016-2017 год на 0,13% и в 2017 году составила 6,99%. А рентабельность издержек обращения с 2015-2016 год уменьшилась на 1,38% и составила 28,04%, но в 2017 году предприятие исправило свое положение и рентабельность издержек обращения составила 30,27%. Наибольший рост был у рентабельности собственного капитала: в 2015 году – 8,63%, а в 2017 году – 36,42%. Общая рентабельность ООО «НГ – Сервис» с 2016-2017 год увеличилась на 1,24% и составила 3,9% в 2017 году.

Установлено, что основными проблемами предприятия ООО «НГ – Сервис» являются: простой грузов из-за недостаточного количества вилочных погрузчиков, что в следствие замедляет увеличение выручки и достаточно высокая себестоимость.

При разработке мероприятий по увеличению рентабельности ООО «НГ – Сервис» были предложены следующие рекомендации: приобрести новое

технологическое оборудование Dalian CPQD20 2016 года суммарной стоимостью 1 460 тыс. руб., которое позволит увеличить эффективность производительности труда, что в следствие приведет к увеличению выручки, а также рекомендуется сменить действующего на сегодняшний день поставщика автозапчастей на нового ООО «НЕВАДА – ДСТ», у которого цены на 4% ниже.

В ходе оценки эффективности предложенных мероприятий было установлено, что благодаря мероприятиям по внедрению нового оборудования выручка вырастет на 135 025 тыс. руб., а чистая прибыль ООО «НГ – Сервис» вырастет на 62 % или на 108 020 тыс. руб.

Благодаря замене поставщика себестоимость ООО «НГ – Сервис» снизится на 11 056 тыс. руб. и составит 679 921 тыс. руб., а чистая прибыль в результате предложенного мероприятия вырастет на 8 844 тыс. руб. и составит 75 366 тыс. руб.

В целом, благодаря предложенным мероприятиям по росту рентабельности ООО «НГ – Сервис» выручка увеличится и составит 1 035 192 тыс. руб., а чистая прибыль увеличится и составит 183 386 тыс. руб.

А так же все основные показатели рентабельность тоже увеличатся: рентабельность продаж увеличится на 17,22% и составит 22,59%, рентабельность издержек обращения возрастет на 21,98% и составит 52,25%, рентабельность продукции увеличится на 27,4% и составит 34,39%, а общая рентабельность ООО «НГ – Сервис» вырастит на 13,8 % и составит 17,7%.

Такая динамика является положительной для предприятия и можно сказать, что все первоначальные цели были достигнуты.

Результаты работы заключаются в том, что разработанные автором рекомендации по повышению рентабельности могут быть использованы в практической деятельности как ООО «НГ – Сервис», так и на других российских предприятиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Трошин, А. Н. Финансы и кредит : учебник / А.Н. Трошин, Т. Ю. Мазурина, В. И. Фомкина. – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 408 с.
- 2 Шеремет, А.Д., Сайфуллин Р.С. Финансы предприятий. – М.: ИНФРА-М, 2008с.
- 3 Ришар, Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия / Ж. Ришар. – М.: Аудит, Юнити, **2015**. – 375 с.
- 4 Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. - М.: ИНФРА-М, **2015**. - 224 с.
- 5 Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – 7-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 408 с.
- 6 Абрютина, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютина, А.В. Грачев. – М.: Дело и сервис; издание 3-е, перераб. и доп., **2016**. – 272 с.
- 7 Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 416 с.
- 8 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика / Е.С. Стоянова. 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 2010. – 656 с.
- 9 Зайцев, Н.Л. Экономика промышленного предприятия: учебник / Н.Л. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 414 с.
- 10 Прудников, В.М. Экономика предприятия: учебник / В.М. Прудников. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 416 с.
- 11 Савицкая, Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие для вузов / Г.В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 408 с.
- 12 Самуэльсон, П. Экономика: монография / П. Самуэльсон, В. Нордхаус. – М.: «Вильямс», 2014. – 1360 с.

13 Власова, В.М. Методологические вопросы анализа рентабельности / В.М. Власова // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2016. – № 4 (12). – С. 14-20.

14 Пелькова, С.В. Методика расчета основных показателей рентабельности / С. В. Пелькова // Инновации, технологии, наука. – Уфа: АЭСТЭРНА, 2017. – С. 195.

15 Прудников, В.М. Экономика предприятия: учебник / В.М. Прудников. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 416 с.

16 Петров, В. В. Комплексная оценка финансового состояния предприятия на основе нечетко – множественного подхода / В. В. Петров // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2 (27). – С. 26.

17 Когденко, В.Г. Экономический анализ: учеб. пособие / В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 399 с.

18 Акбашева, Г.Х. Экономическая сущность и управление уровнем рентабельности / Г.Х. Акбашева, А.И. Кагарманова // NovaInfo.Ru. – 2016. Т. 2. – № 56. – С. 270.

19 Солоненко, А. А. Механизм установления признаков несостоятельности организации / А. А. Солоненко, И. Г. Бессалова // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2014. – № 16. – С. 4.

20 Быкова, Н.Н. Понятие рентабельности предприятия / Н.Н. Быкова // Молодой ученый. – 2016. – № 29 (133). – С. 374.

21 Рожкова, В.А. Анализ рентабельности и пути повышения рентабельности предприятия / В.А. Рожкова // Современные взгляды на учетно-аналитические и финансово-экономические проблемы. – 2016. – С. 210-213.

22 Евстигнеев, Е.Н. Показатели финансовой и рыночной устойчивости предприятия: монография / Е.Н. Евстигнеев. – Санкт – Петербург: Питер, 2014. – 288 с.

23 Юнусова, А.Н. Исследование понятия «рентабельность» / А.Н. Юнусова, Э.Э. Шамилева // Актуальные вопросы перспективных научных исследований. – 2016. – С. 198-200.

24 Лукасевич, И.Я. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / И.Я. Лукасевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2010. – 768 с.

25 Дронов, Р. И. Оценка финансового состояния предприятия / Р. И. Дронов // Финансы. – 2011. – № 4. – С. 15-19.

26 Чараева, М.В. Основные направления повышения рентабельности промышленных предприятий в России / М.В. Чараева // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика». – 2014. – № 4. – С. 62.

27 Загородников, С.В. Краткий курс по финансовому менеджменту: учеб. пособие / С.В. Загородников. – 3-е изд., стер. – М.: Окей-книга, 2010. – 174 с.

28 Веретенникова, О.Б. Сущность и система управления рентабельностью предприятия / О.Б. Веретенникова // Финансы организаций (предприятий). – Екатеринбург, 2016. – С. 17-23.

29 Румянцева, Е.Е. Финансы организаций: финансовые технологии управления предприятием / Е.Е. Румянцева. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 459 с.

30 Калашников, С.С. Как повысить рентабельность. – М.: Политиздат, 2006.

31 Слепнева, Т.А. Экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 527 с.

32 Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2007.

33 Артюшин, В. В. Финансовый анализ. Инструментарий практика : учеб. пособие / В. В. Артюшин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 121 с.

34 Адилова, К.З. Исследования понятия рентабельности // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2012. - № 4 (21). – С. 132-134.

35 Морозова, А.М. Механизм управления прибылью и рентабельностью предприятия (организации) / А.М. Морозова // Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 9(61). – С. 19-22.

36 Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 447 с.

37 Сушко, Н.А. Управление прибылью и рентабельностью предприятия / Н.А. Сушко // Журнал научных публикаций аспирантов и докторов. – 2016. – № 5 (119). – С. 76-78.

38 Губина, А. Н. Экономический механизм управления доходами торговли: дисс. канд. эконом. наук: 08.00.05 / А.Н. Губина. – Белгород, 2010. – 221 с.

39 Родина, К.А. Применение факторной модели Дюпона для анализа рентабельности предприятий / К.А. Родина // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике. – 2016. – С. 78.

40 [https:// ng-servis. Ru](https://ng-servis.ru)

41 Полюшко, Ю.Н. Рентабельность предприятия: понятие, сущность, виды, показатели / Ю. Н. Полюшко // Экономика и управление. – 2016. – С. 165.

42 Автопогрузчик YALE GP15 АК. – URL: [http:// aist-co.ru/yale.yale_1_1.html](http://aist-co.ru/yale.yale_1_1.html)

43 Нешитой, А.С. Финансы: учеб. пособие / А.С. Нешитой, Я.М. Воскобойников. – 10-е изд., пере раб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 528 с.

44 Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. – М.: Дашков и К., 2013. – С. 91.

45 Финансы / под ред. Л.А. Дробозиной. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2007.

46 Арефьева, С.Г. Проблемы функционирования механизма управления прибылью и рентабельностью предприятия / С.Г. Арефьева // Символ науки. – 2016. – № 9-1 (21). – С. 57-60.