

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

профессор-консультант, директор ООО «АЖИО-КОНТО»

[подпись] /Л.С.Евграфов/

_____ 2017 г.



ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, проф., д.э.н.

[подпись] /И.А.Баев/

«___» _____ 2017 г.

«УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАДИЦИЯ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01 2017. 233 ВКР

консультант, _____

_____ / _____ /

«___» _____ 2017 г.

консультант, _____

_____ / _____ /

«___» _____ 2017 г.

консультант, _____

_____ / _____ /

«___» _____ 2017 г.

Руководитель, ст. преподаватель

[подпись] /И.Е. Кошечкина

«___» _____ 2017 г.

Автор

студент группы 334-419

[подпись] /Давыдова Д.И.

«___» _____ 2017 г.

Нормоконтролер, ст. преподаватель

[подпись] /И.А. Бокорель

«___» _____ 2017 г.

Челябинск 2017

ВВЕДЕНИЕ

Современная рыночная среда требует эффективного управления финансовыми ресурсами, капиталом и финансовыми результатами деятельности предприятий. Это обуславливает острую необходимость совершенствования механизма управления финансами предприятий в различных его аспектах и, в частности, механизма формирования финансовых результатов. Уверенно можно сказать, что в современных экономических условиях прибыль играет ведущую роль, так как именно она выступает основой для функционирования и целью деятельности коммерческих организаций, на основе выведения прибыли предприятие подводит итоги своей коммерческой деятельности.

Прибыль, известная с давних времен категория, получила новое содержание в условиях современного экономического развития страны. Формирование и распределение прибыли в процессе деятельности предприятия требует постоянного совершенствования руководителями и финансовыми менеджерами методов эффективного управления этими процессами. Проблема обостряется в современных условиях дестабилизации макроэкономических процессов, снижения деловой активности в обществе, острой нехватки финансовых ресурсов для стабильного развития предприятий. Проблема формирования финансовых результатов коммерческой организации требует разработки рационального механизма аккумулирования и использования прибыли, что определило приоритетность вопросов управления формированием и использованием финансовых результатов в деятельности предприятий.

Актуальность темы исследования обусловлена повышенным интересом руководства предприятий к процессу формирования финансовых результатов и поиску подходов, позволяющих организовать управление таким образом, чтобы деятельность предприятия была успешной. Прибыль выступает в данном случае основным критерием успеха, залогом продолжительного существования и дальнейшего развития, целью деятельности коммерческой организации.

Объект работы – оптовое торговое предприятие ООО «Традиция».

Предметом работы является процесс управления формированием финансовых результатов деятельности ООО «Традиция».

Цель работы – разработка рекомендаций по совершенствованию управления формированием финансовых результатов деятельности ООО «Традиция».

Задачи работы:

- 1) рассмотреть теоретические основы управления формированием финансовых результатов деятельности предприятия;
- 2) провести анализ и дать оценку эффективности управления формированием финансовых результатов в ООО «Традиция»;
- 3) выявить проблемы и разработать рекомендации по совершенствованию управления формированием финансовых результатов деятельности предприятия ООО «Традиция»;
- 4) оценить экономический эффект от внедрения разработанных рекомендаций.

Теоретической базой работы послужили законодательные и нормативные документы в области формирования доходов и расходов предприятия, труды отечественных авторов, статьи из периодических экономических изданий. Проблемы формирования финансовых результатов и управления прибылью в производственно-коммерческой деятельности предприятий рассматривали в своих трудах Балашов В.Г., Бланк И.А., Большаков А.С., Глазунов В.Н., Ковалев В.В., Кодацкий В.П., Мицкевич А.А., Савчук В.П., Шеремет А.Д. и другие авторы.

Методологической основой исследования послужила учебная литература в области экономического анализа. Методики анализа финансовых результатов, прибыли, рентабельности широко освещены в работах Александрова О.А., Артеменко В.Г., Банка В.Р., Маркарьяна Э.А. Мельник М.В., Пласковой Н.С., Савицкой Г.В. и других.

Информационной базой исследования послужили данные финансовой отчетности ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие финансового результата и порядок его формирования

Финансовый результат завершает цикл деятельности предприятия, связанный с производством и реализацией продукции (товаров, работ, услуг), одновременно являясь необходимым условием для продолжения деятельности предприятия. В условиях рыночной экономики каждое предприятие заинтересовано в получении положительного финансового результата, каковым является прибыль, поскольку только благодаря прибыли предприятие способно успешно функционировать, расширяя масштабы деятельности и границы рынков сбыта, материально заинтересовывать персонал, работающий на данном предприятии, повышать благосостояние собственников.

В финансовых результатах находят прямое отражение все стороны деятельности предприятия: уровень его технологии и организации производства, эффективность системы управления, контроль уровня затрат и уровня реализационных цен, особенности хозяйственного механизма и государственное регулирование развития определенной отрасли. Величина финансового результата является базисом, который обеспечивает не только жизнеспособность предприятия, но и отражает уровень результативности, прибыльности хозяйственной деятельности, возможности количественного роста основных экономических показателей и характеризует потенциал устойчивого развития предприятия [21, с.11].

Поскольку прибыль – это главный итоговый показатель деятельности предприятия, то многие ведущие экономисты придают большое значение исследованию сущности финансовых результатов. Однако подходят к определению экономического содержания данного понятия в различных аспектах и с различной степенью детализации. Подходы к трактовке экономического

содержания финансовых результатов, предлагаемые разными исследователями, обобщены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Понятие финансового результата деятельности предприятия

Автор	Понятие финансового результата
Савицкая Г.В. [37, с.89]	Часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции».
Глазунов В.Н. [17, с.27]	Выраженный в денежной форме экономический итог хозяйственной деятельности организации в целом и ее отдельных подразделений
Бабаев Ю.А. [8, с.295]	Разница между полученными доходами и произведенными расходами
Филатова В.Н. [40, с.217]	Разность притока и оттока ресурсов организации
Соколов Я.В. [14, с.438]	Прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации, образовавшийся в процессе её предпринимательской деятельности
Артеменко В.Г., Остапова В.В. [7, с.94]	Показатель абсолютной эффективности хозяйствования организации по всем направлениям ее деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой, инвестиционной
Банк В.Р. [10, с.196]	Балансовая прибыль (убыток) отчетного периода, представляющая собой алгебраическую сумму результата от продажи продукции (работ, услуг), результата от финансовой деятельности, сальдо прочих доходов и расходов от прочих операций
Кучерова Е.В. [25, с.63]	Совместный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия (выручка от реализации) и конечный результат финансовой деятельности (прибыль до налогообложения и чистая прибыль)

Финансовые результаты деятельности предприятия отражаются не только в категории прибыль, но и в категории убыток, что позволяет судить об успешности (неудачах) предприятия. В получении прибыли заключается главный интерес собственника, поскольку обеспечивает возможность роста капитал и бизнеса. В экономической литературе описаны разные подходы к определению прибыли. Анализ литературы позволил выделить два из них – экономический и бухгалтерский, которые можно рассматривать как базовые [14, с.439].

Первое определение в рамках экономического подхода таково: прибыль (убыток) – это прирост (уменьшение) капитала собственников, имеющий место в отчетном периоде. Прибыль, исчисленную по данному алгоритму, можно назвать экономической. В рамках бухгалтерского подхода можно сформулировать следующее определение прибыли. Прибыль – это положительная разница между доходами и расходами организации, понимаемыми как приращение совокупной стоимостной оценки ее активов, сопровождающееся увеличением капитала собственников, и ее расходами, понимаемыми как снижение совокупной стоимостной оценки ее активов, сопровождающейся уменьшением капитала собственников, за исключением результатов операций, связанных с преднамеренным изменением этого капитала. И экономический, и бухгалтерский подходы имеют право на существование. Считается, что первый подход в большей степени полезен для понимания сущности прибыли, второй – способствует пониманию логики и порядка ее практического исчисления.

Поскольку прибыль является обобщающим показателем в системе оценочных показателей эффективности производственной, коммерческой и финансовой деятельности предприятия, то целесообразно представить ее классификацию (таблица 1.2) [41, с.249].

Таблица 1.1 – Классификация видов прибыли

Признак классификации	Классификация
По порядку формирования	Валовая прибыль Прибыль от продаж Прибыль до налогообложения Чистая прибыль
По характеру использования	Капитализированная (нераспределенная прибыль) Прибыль, направленная на дивиденды (потребленная)
По видам деятельности	Прибыль от операционной деятельности Прибыль от инвестиционной деятельности Прибыль от финансовой деятельности
По источникам формирования	Прибыль от продажи продукции (товаров, работ, услуг) Прибыль от продажи имущества (имущественных прав) Прибыль от прочих видов деятельности

Факторами формирования финансовых результатов являются отдельные виды доходов и расходов. Схема взаимосвязки доходов и расходов в процессе деятельности предприятия, в результате которой удается обособить те или иные показатели прибыли, приведена на рисунке 1.1 [6, с.194]. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в отчете о финансовых результатах.

Важнейшим фактором, влияющим на величину финансового результата, является размер полученных доходов. Под доходами следует понимать экономический показатель работы предприятия, отражающий денежные поступления от всех видов деятельности. Доходы являются финансовой базой развития предприятия, обеспечивающей решение ряда важнейших задач, стоящих перед предприятием [36, с.298]:

- основная часть доходов является источником возмещения затрат на осуществление деятельности;
- часть доходов служит источником выплат налоговых платежей, обеспечивая выполнение финансовых обязательств предприятия перед государством;
- часть доходов является источником формирования чистой прибыли, что обеспечивает самофинансирование развития предприятия.

Основной источник доходов предприятий – выручка, представляющая собой поступление (в виде денежных средств или будущих выгод) от продажи продукции, товаров, работ или услуг. Выручка – это самый общий показатель финансовых результатов деятельности предприятия.

Выручка является основным источником возмещения затраченных на производство продукции средств, формирования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств. Ее своевременное поступление обеспечивает непрерывность кругооборота средств, бесперебойность производственного процесса. Несвоевременное поступление выручки влечет простои в производстве, снижение прибыли, нарушение договорных обязательств, штрафные санкции.

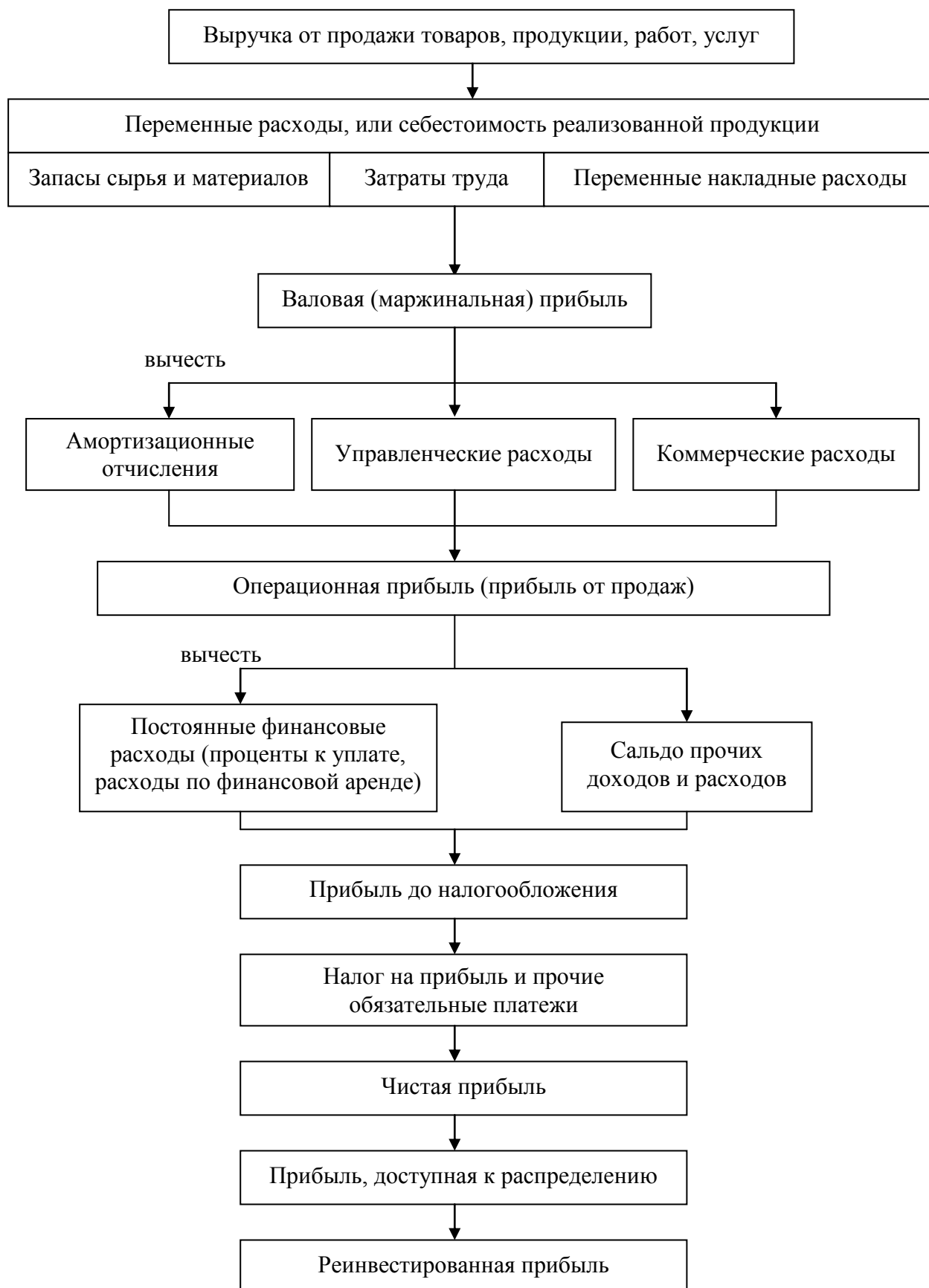


Рисунок 1.1 – Схема формирования финансовых результатов деятельности предприятия и распределения прибыли

Выручка – основной источник формирования собственных финансовых ресурсов, она формируется в результате деятельности предприятия по трем основным направлениям [41, с.241]:

- выручка от основной деятельности – выступает в виде поступлений от реализации продукции (товаров, работ, услуг);
- выручка от инвестиционной деятельности – выражается в виде финансового результата от продажи внеоборотных активов, процентов от долгосрочных финансовых вложений, от погашения ранее выданных кредитов и другие виды доходов от инвестиций;
- выручка от финансовой деятельности – включает в себя результат от выпуска и размещения среди инвесторов акций, облигаций и других ценных бумаг.

В практической деятельности предприятия порядок формирования доходов регламентирован специальными нормативными документами, которые применяются практически всеми предприятиями и организациями в России (за исключением бюджетных организаций, страховых компаний, банков и др.). К таким документами, прежде всего, относится Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) [2] и Налоговый кодекс Российской Федерации [1].

Расходы являются одним из основных качественных показателей деятельности предприятий и их структурных подразделений. От уровня расходов зависят финансовые результаты, темпы расширения производства, финансовое состояние предприятия. Расходы – это факты хозяйственной деятельности предприятия, уменьшающие его финансовый результат.

По отношению к объему производства расходы делятся на постоянные и переменные. Расходы основного производства являются переменными, т.е. они напрямую зависят от объемов производства. Общепроизводственные и общехозяйственные расходы являются постоянными и образуются в связи с организацией и обслуживанием производства и управления им (коммерческие, управленческие). Постоянные расходы не зависят от объемов производства или

увеличиваются при росте объемов производства незначительно. Существуют и другие классификации расходов (для целей учета, управления и т.п.)

По экономическому составу расходы делятся на основные и накладные. Затраты основного производства группируются по двум признакам [8, с.297]:

1) По элементам затрат:

- материальные затраты;
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие.

Группировка затрат по элементам является единой для всех отраслей народного хозяйства и показывает, что израсходовано на производство, каково соотношение отдельных элементов затрат в общей сумме расходов.

2) По статьям калькуляции:

- сырье и материалы;
- возвратные отходы (вычитаются);
- покупные изделия, полуфабрикаты и услуги сторонних организаций;
- топливо и энергия (на технологические цели);
- заработная плата основных производственных рабочих;
- отчисления на социальные нужды;
- потери от брака;
- расходы на подготовку и освоение производства;
- прочие производственные расходы; итого цеховая себестоимость;
- общепроизводственные расходы;

Итого производственная себестоимость

- общехозяйственные расходы;

Итого себестоимость готовой продукции

- расходы на продажу;

Итого полная себестоимость.

Данный перечень статей не является фиксированным, и каждое предприятие может, учитывая особенности собственного производства, дополнять указанный перечень какими-либо статьями или сокращать его с целью обеспечения полноты и ясности отражения информации о направлении расходов предприятия.

По аналогии с доходами порядок формирования расходов регламентирован нормативными актами, к важнейшим из которых относятся Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99) [3] и Налоговый кодекс Российской Федерации [1].

Исследуя схему формирования отчета о финансовых результатах, можно сделать следующие выводы:

- финансовый результат является системным понятием, отражающим совместный результат от всех видов деятельности – производственной, коммерческой, инвестиционной, финансовой в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде чистой прибыли;
- под конечным финансовым результатом понимается разность доходов и расходов в разрезе различных направлений и деятельности фирмы в целом;
- чистый конечный финансовый результат – это конечный финансовый результат, очищенный от различных изъятий в пользу бюджета (налог на прибыль организаций) и собственников предприятия (дивиденды).

Таким образом, финансовые результаты отражают цель предпринимательской деятельности, ее доходность, и являются решающими для предприятия. Финансовый результат представляет собой конечный экономический итог хозяйственной деятельности предприятия и определяется как разница между полученными доходами и произведенными расходами. Прибыль является конечным показателем финансовых результатов. Необходимый уровень прибыли служит основным внутренним источником текущего развития предприятия, индикатором его кредитоспособности и конкурентоспособности, главным интересом собственника, поскольку он обеспечивает возможность возрастания капитала и бизнеса, а, следовательно, и рыночной стоимости компании.

1.2 Процесс управления финансовыми результатами деятельности предприятия

Эффективное управление финансовыми результатами деятельности – главный залог успеха коммерческого предприятия. Современные условия ведения финансово-хозяйственной деятельности требуют постоянного совершенствования методов управления финансовыми результатами. Важность значения принципов управления состоит в том, что с их помощью управляющая система устанавливает правила действий и поведения, обязательные для всех подчиненных ей субъектов, согласовывает, объединяет, координирует и регулирует их деятельность, влияет на процесс принятия управленческих решений.

Следовательно, управление финансовыми результатами деятельности предприятия – это процесс целенаправленного воздействия субъекта на объект для достижения необходимого уровня прибыли. Объектом управления в данном случае является финансовый результат (доходы, расходы, прибыль) предприятия, субъектом – менеджмент предприятия.

Для эффективного управления финансовыми результатами предприятия необходимо сформировать систему их управления, которая включает шесть основных блоков [32, с.132]:

- цель и задачи управления;
- методы управления;
- механизм управления;
- учет;
- анализ финансовых результатов;
- контроль выполнения плана прибыли.

Поскольку основным финансовым результатом деятельности, к которому стремятся все коммерческие предприятия и который является целью их деятельности, является прибыль, то в дальнейшем речь пойдет об управлении прибылью.

В.В. Ковалев в качестве цели управления прибылью предприятия обозначает обеспечение максимизации абсолютной величины чистой прибыли и стабильности ее формирования во времени [22, с.196].

В.П. Савчук отмечает следующее «Основная цель управления прибылью предприятия – обеспечение роста ее суммы и уровня, а также эффективного распределения по направлениям экономического развития. Согласно определенной цели объектом управления выступают как формирование прибыли предприятия, так и ее распределение» [38, с.235].

По мнению И.А. Бланка, главной целью управления прибылью является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Эта главная цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия. Исходя из этой главной цели, автор формулирует систему основных задач. Это обеспечение [12, с.126]:

- максимизации размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре;
- оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска;
- высокого качества формируемой прибыли;
- выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия;
- формирования достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде;
- постоянного возрастания рыночной стоимости предприятия;
- эффективности программ участия персонала в прибыли.

В современных условиях проблема роста прибыли предприятия и эффективности его деятельности становится основополагающей для всех предприятий. Это ставит ее в ряд наиболее важных установок управления предприятием. Обеспечение управления прибылью следует рассматривать как

процесс, требующий создания эффективной системы управления. Основным условием эффективной организации системы управления прибылью является соблюдение регулятивных принципов.

И.А. Бланк выделяет пять основных принципов, лежащих в основе управления прибылью [12, с.48]:

- 1) Интегрированность с общей системой управления – поскольку прибыль является основным обобщающим показателем хозяйствования всего предприятия, то любое управленческое решение в конечном итоге влияет на его объем. Поэтому управление прибылью должно быть непосредственно связано со всей системой управления предприятием.
- 2) Комплексный характер принятия управленческих решений.
- 3) Высокий динамизм управления. Постоянные изменения условий внешней и внутренней среды требуют от системы управления прибылью способности быстро приспосабливаться к этим изменениям.
- 4) Вариативность подходов к разработке отдельных управленческих решений. Наиболее правильное управленческое решение можно сформировать только в том случае, если анализируются несколько альтернативных сценариев развития хозяйственной деятельности предприятия.
- 5) Ориентация на стратегические цели развития предприятия. Формирования целей управления прибылью должно осуществляться с учетом стратегических приоритетов развития хозяйственной деятельности.

И.А. Маркина, В.Л. Воронина конкретизируют принципы управления прибылью следующим образом [30, с.37]:

- принцип объективной необходимости – вопрос о необходимости системы управления прибылью напрямую связан с существованием предприятия, его деятельностью, которая ориентирована на прибыль;
- принцип непрерывности – деятельность предприятий имеет непрерывный процесс, поэтому система управления результатами этой деятельности должна функционировать постоянно;

- принцип системности – каждое управленческое решение в области формирования прибыли прямо или опосредованно оказывает влияние на уровень прибыли;
- принцип интеграции – предполагает согласованность целей системы управления прибылью и стратегических целей развития предприятия;
- принцип системности – разработка управленческого решения должна быть направлена на достижение наибольшего экономического эффекта при существующих ресурсных ограничениях;
- принцип ответственности – построение системы управления прибылью в соответствии с организационной структурой позволит связать деятельность каждого подразделения с ответственностью конкретных субъектов управления и оценить вклад каждого подразделения в общие результаты деятельности;
- принцип информационной обеспеченности – эффективность управленческого решения в значительной степени зависит от качества используемой информационной базы.

В процессе управления прибылью важное место занимают методы управления. Методы управления прибылью связаны с функциями управления: планированием, организацией и контролем. Они позволяют выработать и реализовать стратегию и тактику управления процессом формирования, увеличения и распределения прибыли, что тесно связано с ростом и развитием предприятия. Анализ совокупности существующих методов позволяет сгруппировать их по следующим видам, представленным на рисунке 1.2 [13, с.268].

Как видно из рисунка 1.2 существует достаточно большое разнообразие методов управления прибылью, однако предприятию имеет смысл применять только такие средства воздействия, которые затрагивают его интересы. Рассмотрим методы управления прибылью предприятия более подробно.

Система экономических методов управления прибылью использует все рычаги хозяйствования: планирование, экономический анализ, экономическое стимулирование, ценовую и налоговую политику и др.

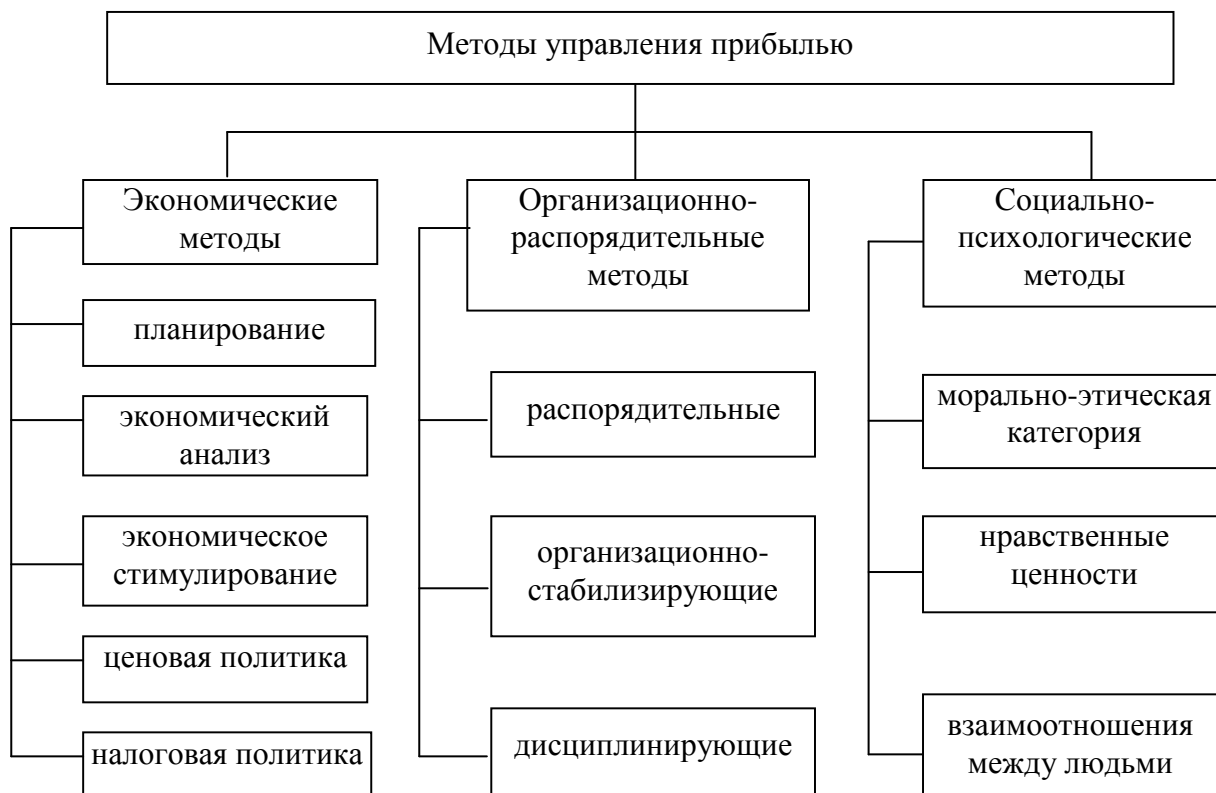


Рисунок 1.2 – Методы управления прибылью предприятия

Одним из инструментов управления прибылью выступает планирование, под которым понимается процесс разработки и принятия целевых установок количественного и качественного характера и определение путей наиболее эффективного их достижения. Результатом планирования является план либо совокупность (система) планов. Цель планирования состоит в своевременном выявлении средств и альтернатив, которые снижали бы риск принятия ошибочных решений [36, с.359].

Объектом планирования, главным образом, выступает прибыль от реализации продукции (товаров, работ, услуг). Основными этапами процесса планирования прибыли являются [38, с.277]:

- расчет базовых показателей за предыдущий год;
- постановка целей финансово-хозяйственной деятельности предприятия на предстоящий год (или иной планируемый период);
- прогнозирование индексов инфляции;

- расчет плановой суммы прибыли и рентабельности (уровня прибыли) по вариантам (базовый, оптимистический, пессимистический), выбор наиболее вероятного варианта событий.

В качестве базовых показателей при планировании используют выручку от реализации, себестоимость продаж, прибыль от продаж, структуру себестоимости, стоимость активов, рентабельность капитала (совокупного и собственного).

Управление по центрам ответственности является одной из подсистем, обеспечивающих внутрифирменное планирование. Центр финансовой ответственности – это структурное подразделение предприятия, осуществляющее операции по оптимизации прибыли, способное оказывать на прибыль непосредственное воздействие и отвечающее перед вышестоящим руководством за реализацию установленных целей и соблюдение уровней расходов в пределах установленных лимитов [19, с.14].

Наиболее распространенной является классификация центров финансовой ответственности в зависимости от полномочий и ответственности:

- центр затрат – структурное подразделение, отвечающее только за затраты;
- центр дохода – структурное подразделение, которое отвечает только за выручку от реализации продукции и связанные с ее сбытом затраты;
- центр прибыли – структурное подразделение, которое ответственно за финансовые результаты своей деятельности;
- центр инвестиций – структурное подразделение, которое несет ответственность за капитальные вложения;
- центр контроля и управления – сфера деятельности, несущая ответственность за конкретные виды работ и их результаты.

Экономический анализ представляет собой систематизированную совокупность аналитических процедур, имеющих целью получение заключений, выводов и рекомендаций экономического характера в отношении некоторого объекта. Методика анализа финансовых результатов будет описана в разделе 1.3 работы.

Экономическое стимулирование – система мер, использующая материальные

средства с целью побуждать участников производства трудиться для создания общественного продукта. К формам экономического стимулирования наемных работников относится заработная плата, различные выплаты и льготы. Важную роль в процессе стимулирования труда играет дополнительная заработная плата в форме различного рода доплат, надбавок и единовременного вознаграждения, позволяющих обеспечивать большую индивидуализацию вознаграждения.

Ценообразование – это установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов. Цель ценообразования – обеспечить мотивированную, своевременную и достаточную ценовую реакцию, таким образом, чтобы получить максимальный объем продаж и прибыль [28, с.47].

Налоговая политика предприятия – составная часть финансовой стратегии предприятия, заключающаяся в выборе наиболее эффективных вариантов осуществления налоговых платежей при альтернативных вариантах его хозяйственной деятельности. Налоговая политика предприятия строится на следующих основных принципах [24, с.130]:

- строгое соблюдение действующего налогового законодательства;
- поиск и использование наиболее эффективных хозяйственных решений, обеспечивающих минимизацию базы налогообложения;
- использование установленной системы прямых и непрямых налоговых льгот;
- оперативный учет изменений в действующей налоговой системе;
- плановое определение сумм предстоящих налоговых платежей;
- обеспечение своевременных расчетов с бюджетом и внебюджетными фондами по налоговым платежам.

Организационно-распорядительные методы управления прибылью основаны на правах и ответственности людей на всех уровнях хозяйствования и предполагают использование руководителями власти, ответственность подчиненных. Рычагами воздействия являются регламенты, нормы, инструкции, директивные требования, ответственность и полномочия, приказы, распоряжения.

Выделяют три группы организационно-распорядительных методов: распорядительные, организационно-стабилизирующие и дисциплинирующие. При этом все организационно-распорядительные методы управления должны применяться в комплексе, способствуя организационной стабилизации системы.

Социально-психологические методы управления прибылью основаны на формировании и развитии общественного мнения относительно нравственных ценностей в обществе, отношения к личности и т.п. Объектами управления с помощью социально-психологических методов являются [17, с.114]:

- способы организации труда и рабочих мест;
- система подбора, расстановки, подготовки и переподготовки кадров;
- информационное обеспечение и его использование;
- система стимулирования работников;
- морально-психологический климат в коллективе;
- социально-бытовые условия работников.

Процесс управления прибылью предприятия базируется на определенном механизме. В структуру механизма управления прибылью входят следующие элементы [15, с.178]:

- 1) Государственное, правовое и нормативное регулирование вопросов формирования и распределения прибыли. Принятие законов и нормативных актов является одним из направлений экономической политики государства. Законодательные и нормативные основы этой политики регулируют образование и распределение прибыли предприятий в разных формах.
- 2) Рыночный механизм регулирования формирования и использования прибыли. Спрос и предложение на товарном и финансовом рынках формируют уровень цен на продукцию, стоимость привлечения кредитов, доходность отдельных ценных бумаг, среднюю норму доходности капитала.
- 3) Внутренний механизм регулирования отдельных аспектов формирования, распределения и использования прибыли. Механизм такого регулирования формируется в рамках самого предприятия, соответственно регламентируя те

или иные оперативные управленческие решения.

- 4) Система конкретных методов и приемов осуществления управления прибылью. В процессе анализа, планирования и контроля формирования и использования прибыли используется обширная система методов, с помощью которых достигаются необходимые результаты.

Таким образом, исследование организационных аспектов управления финансовыми результатами позволило сформулировать цель такого управления: основной целью управления прибылью является обеспечение роста ее суммы и уровня, максимизация благосостояния собственников, эффективное распределение по направлениям экономического развития предприятия. Изучение экономической литературы позволило выделить основные этапы (блоки) управления прибылью предприятия: формирование цели и задач управления прибылью; выбор метода управления прибылью; реализация механизма управления прибылью; учет; анализ и контроль прибыли.

1.3 Методология анализа финансовых результатов

Цель анализа финансовых результатов состоит в выяснении причин, обусловивших изменение прибыли, определении резервов ее роста и подготовке управленческих решений по мобилизации выявленных резервов. Для достижения данной цели в ходе проведения анализа решаются следующие задачи [22, с.135]:

- 1) оценка выполнения плана и динамики финансовых результатов;
- 2) изучение состава и структуры прибыли;
- 3) выявление и измерение (оценка) влияния факторов формирования прибыли;
- 4) анализ и оценка качества прибыли;
- 5) изучение направлений, пропорций и тенденций распределения прибыли;
- 6) выявление резервов роста прибыли;
- 7) разработка рекомендаций по улучшению финансовых результатов.

Информационной базой анализа является отчет о финансовых результатах, бухгалтерский баланс, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о

финансовых результатах (раздел «Затраты на производство»), данные бухгалтерского (управленческого и финансового) учета, материалы годового отчета анализируемого предприятия.

В аналитической практике применяется несколько методов, которые используются при анализе любой формы отчетности: вертикальный (структурный), горизонтальный (динамический), расчет финансовых коэффициентов и факторный анализ.

Анализ следует начинать с общей оценки динамики величины и состава прибыли. Информация, содержащаяся в отчете о финансовых результатах, позволяет проанализировать финансовые результаты от всех видов деятельности предприятия, установить структуру прибыли. Анализ проводится в вертикальном и горизонтальном разрезе отчета о финансовых результатах предприятия.

Следующий этап анализа заключается в выявлении и оценке влияния конкретных факторов на изменение прибыли от продаж. На величину прибыли оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы, представленные на рисунке 1.3 [22, с.412].

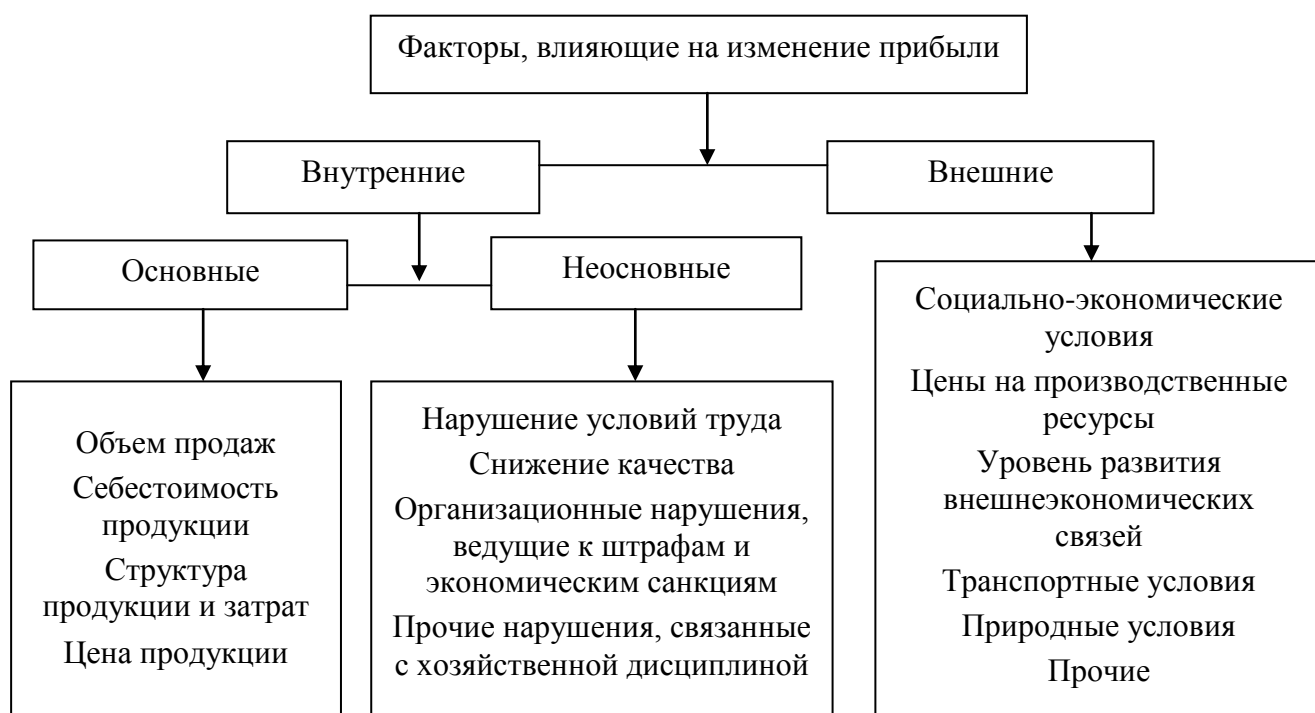


Рисунок 1.3 – Факторы, влияющие на прибыль от продаж предприятия

К факторам первого порядка, влияющим на прибыль от продаж, относятся изменение: объема реализованной продукции (товаров), структуры реализованной продукции (товаров), полной себестоимости продаж, оптовых цен [29, с.247].

Влияние изменения объема реализации на сумму прибыли можно определить по следующей формуле (1.1):

$$\Delta P_{\text{QP}} = P_0 \times K_1 - P_0, \quad (1.1)$$

где ΔP_{QP} – прирост (уменьшение) прибыли за счет изменения объема продаж, руб.;

P_0 – прибыль за предыдущий год, руб.;

K_1 – коэффициент изменения объема реализации.

Влияние на прибыль от продаж изменения ассортиментной структуры продаж можно определить по формуле (1.2):

$$\Delta P_c = P_{1,0} - P_0 \times K_1, \quad (1.2)$$

где ΔP_c – прирост прибыли в результате изменения структуры и ассортимента реализации продукции, руб.;

$P_{1,0}$ – прибыль, полученная от фактически реализованной продукции в отчетном году в ценах и по себестоимости предыдущего года, руб.

Влияние изменения себестоимости реализации на сумму прибыли определяется путем сравнения полной фактической реализации отчетного года с фактическим объемом реализации отчетного года, но по себестоимости предыдущего года по формуле (1.3):

$$\Delta S = S_1 - S_{1,0}, \quad (1.3)$$

где ΔS – прирост (уменьшение) полной реализации, руб.;

S_1 – фактическая полная себестоимость реализации отчетного года, руб.;

$S_{1,0}$ – полная себестоимость за отчетный год в ценах предыдущего года, руб.

Влияние на прибыль изменения оптовых цен определяется путем сравнения объема реализованной продукции в действующих ценах с объемом реализованной в отчетном году продукции в ценах предыдущего года, по формуле (1.4):

$$\Delta Q^z = Q^p_1 - Q^p_{1,0}, \quad (1.4)$$

где ΔQ^z – прирост (уменьшение) прибыли за счет изменения цен, руб.;

Q^p_1 – фактические продажи за отчетный год в действующих ценах, руб.;

$Q^p_{1,0}$ – фактический объем реализации за отчетный год в ценах предыдущего года, руб.

Важнейшим этапом управления прибылью является ее контроль. В последние годы широкое распространение получила комплексная система внутреннего контроля, называемая «контроллингом». Принципом этой концепции, получившей название «управление по отклонениям», является оперативное сравнение основных плановых (нормативных) и фактических показателей с целью выявления отклонений между ними и определение взаимосвязи и взаимозависимости этих отклонений на предприятии с целью воздействия на узловые факторы нормализации деятельности [17, с.55]. Поэтому одним из этапов анализа финансовых результатов целесообразно провести оценку отклонений плановых показателей прибыли от их фактической величины.

Целью политики распределения прибыли является оптимизация пропорций распределения между капитализируемой и потребленной ее частями с учетом обеспеченности реализации стратегии развития предприятия и роста его рыночной стоимости [36, с.213]. В процессе реализации функции управления распределением и использованием прибыли:

- обеспечивается своевременная уплата налогов за счет прибыли;
- формируется система пропорций распределения прибыли на капитализируемую и потребляемую ее части;
- обеспечивается формирование финансовых ресурсов за счет прибыли для

отдельных видов и направлений деятельности.

В современных экономических условиях коммерческие организации могут выбирать политику распределения чистой прибыли самостоятельно.

Оценка результативности политики управления финансовыми результатами может быть определена с помощью системы коэффициентов рентабельности. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности. Они измеряют эффективность предприятия, как отношение прибыли к абсолютной величине фактора, ее порождающего, – капиталу, выручке, затратам [34, с.17]. Рентабельность – важнейшая характеристика фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий. По этой причине она является обязательным элементом анализа и оценки финансовых результатов деятельности предприятия.

Среди показателей рентабельности особый интерес представляют [35, с.516]:

- рентабельности продаж, назначение которого оценивать выгодность производимой продукции;
- рентабельность активов, по которому можно судить об эффективности использования активов предприятия;
- рентабельность собственного капитала, который характеризует инвестиционную привлекательность предприятия.

При анализе прибыли особый интерес представляет показатель рентабельности продаж, назначение которого оценивать выгодность производимой продукции. Этот показатель характеризует долю прибыли в рыночной цене продукции предприятия и рассчитывается по следующей формуле (1.5) [26, с.193].

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{П}}{\text{В}} \times 100, \quad (1.5)$$

где $R_{\text{пр}}$ – рентабельность продаж, %;

П – прибыль от продаж, руб.;

В – выручка от продаж, руб.

Одним из показателей экономической эффективности деятельности предприятия в целом является рентабельность активов. Это самый общий показатель, отвечающий на вопрос, сколько прибыли предприятие получает в расчете на 1 руб. своего имущества. В показателе рентабельности активов результат текущей деятельности сопоставляется с величиной активов, представляющих собой основной и оборотный капитал, использование которого в будущем может приносить экономические выгоды. Рентабельность активов показывает, насколько эффективно используется имущество, и определяется как отношение прибыли к средней величине активов (1.6) [31, с.195]:

$$R_A = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{A} \times 100, \quad (1.6)$$

где R_A – рентабельность активов, %;

$\Pi_{\text{ч}}$ – чистая прибыль, руб.;

A – активы предприятия, руб.

Показатель рентабельности активов называется нормой прибыли, или экономической рентабельностью. Уровень рентабельности активов должен быть достаточен, чтобы обеспечить ожидаемую рентабельность собственного капитала, оплату процентов за кредит, налоги.

Рентабельность собственного капитала – важнейший финансовый показатель отдачи для любого инвестора, собственника бизнеса, показывающий, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал. Рентабельность собственного капитала рассчитывается по формуле (1.7) [31, с.196]:

$$R_{\text{СК}} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{\text{СК}} \times 100, \quad (1.7)$$

где $R_{\text{СК}}$ – рентабельность собственного капитала, %;

СК – величина собственного капитала, руб.

С позиции решаемых задач и применяемых методов в управлении прибылью на разных этапах производственного процесса выделяют прибыль: операционную и маржинальную. Методы оптимизации операционной прибыли (прибыли от продаж) непосредственно увязывают прибыль с объемом реализации продукции, выручкой и издержками предприятия. Система этой взаимосвязи положена в основу особого вида анализа – операционного. В системе операционного анализа ключевое положение занимает промежуточный финансовый результат – маржинальная прибыль (или маржинальный доход, величина покрытия). Она рассчитывается как разница между выручкой от продаж и переменными затратами, и представляет собой дополнительную прибыль, получаемую от роста объема выручки при неизменных постоянных издержках за счет эффекта роста масштабов производства. Важнейшими показателями операционного анализа являются точка безубыточности и запас финансовой прочности.

Точка безубыточности определяет, каким должен быть объем продаж для того, чтобы предприятие работало безубыточно, могло покрыть все свои расходы, не получая прибыли. Точка безубыточности рассчитывается по следующей формуле (1.8) [29, с.167]:

$$ТБ = \frac{В \times ФЗ}{В - ПЗ}, \quad (1.8)$$

где ТБ – точка безубыточности в денежном выражении, руб.;

В – выручка от продаж, руб.;

ФЗ – постоянные (фиксированные) затраты, руб.;

ПЗ – переменные затраты, руб.

В знаменателе формулы (1.8) отражен маржинальный доход или маржа, который предназначен для возмещения постоянных затрат и получения прибыли.

Насколько далеко предприятие от точки безубыточности показывает запас финансовой прочности – разность между фактическим объемом продаж и

объемом продаж в точке безубыточности.

Показатель маржинального дохода используется при расчете производственного (операционного) рычага, под которым понимается воздействие изменения выручки от реализации на прибыль. Сила воздействия операционного рычага определяется по формуле (1.9) [29, с.169]:

$$\text{COP} = \frac{\text{МД}}{\text{П}_{\text{п}}}, \quad (1.9)$$

где COP – сила воздействия операционного рычага, раз;

МД – маржинальный доход, руб.;

П_п – прибыль от продаж, руб.

Сила воздействия операционного рычага отражает чувствительность результата после возмещения переменных затрат и, соответственно, величины прибыли к изменению физического объема реализованной продукции.

Деятельность предприятия сопровождается постоянными изменениями объемных показателей, таких как прибыль, объемы производства и продаж, размер активов, численность персонала и т.д. Увеличение темпов роста собственного капитала, его рентабельности свидетельствует о повышении темпов экономического развития (экономического роста) предприятия. Экономический рост предприятия в динамике оценивается с помощью интегрального показателя по формуле (1.10) [16, с.414].

$$\dot{O}_{\text{ЭД}} = [\dot{O}_{\text{Д}}(\hat{E}_{\text{Д}}) \times \dot{O}_{\text{Д}}(\tilde{N}\hat{E}) \times \dot{O}_{\text{Д}}(R_{\tilde{N}\hat{E}})]^{1/3}, \quad (1.10)$$

где T_{ЭР} – темп экономического роста предприятия;

T_р(K_р) – темп роста коэффициента реинвестирования чистой прибыли;

T_р(СК) – темп роста собственного капитала;

T_р(R_{СК}) – темп роста рентабельности собственного капитала.

Если значение интегрального показателя больше единицы, то темп экономического роста предприятия за период увеличился, и наоборот.

Таким образом, анализ финансовых результатов имеет целью выяснение причин, обусловивших изменение прибыли, определение резервов ее роста и подготовку управленческих решений по мобилизации выявленных резервов. Достижение цели анализа осуществляется по ряду последовательных этапов: оценка выполнения плана и динамики финансовых результатов; изучение состава и структуры прибыли; выявление и измерение влияния факторов формирования прибыли; анализ и оценка качества прибыли; выявление резервов роста прибыли; разработка рекомендаций по улучшению финансовых результатов. Основными показателями, оценивающими эффективность политики управления прибылью предприятия, являются показатели рентабельности, показатели операционного анализа (точка безубыточности, запас финансовой прочности, сила воздействия операционного рычага), темп экономического роста коммерческой организации.

Выводы по разделу один

Рассмотрение подходов к определению сущности финансовых результатов показало, что в экономической литературе отсутствует единообразное понимание категории «финансовый результат». Обобщение различных взглядов по проблеме позволило сформулировать следующее определение: финансовый результат – это конечный экономический итог хозяйственной деятельности предприятия, определяемый как разница между полученными доходами и произведенными расходами. Исходя из многоаспектного понимания прибыли, в экономической литературе встречаются различные ее классификации, и каждое предприятие для целей управления применяет свою классификацию. Однако за основу принимается классификация видов прибыли, отраженных в отчете о финансовых результатах предприятия. В соответствии с данным финансовым документом прибыль может принимать следующие формы: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль.

Финансовые результаты, конечным показателем которых является прибыль, являются объектом управления со стороны руководства и собственников предприятия. Целью управления прибылью является обеспечение роста ее суммы и уровня, максимизация благосостояния собственников, эффективное распределение по направлениям экономического развития предприятия. Процесс управления прибылью организуется на предприятии по следующим основным этапам: формирование цели и задач управления прибылью; выбор метода управления прибылью; реализация механизма управления прибылью; учет; анализ и контроль прибыли. Текущие задачи по управлению финансовыми результатами определяются хозяйственной деятельностью предприятия, зафиксированной практически в каждом уставе: улучшение финансовых результатов или максимизация прибыли.

Цель анализа финансовых результатов предприятия – финансово-экономическое обоснование вариантов управленческих решений, реализация которых обеспечит устойчивый рост его финансовых результатов. К конкретным задачам по улучшению финансового результата относятся: оптимизация затрат; увеличение доходов; реструктуризация активов предприятия (выбор и обеспечение разумного соотношения текущих активов); совершенствование расчетов с контрагентами и финансовых отношений с другими организациями.

2 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТРАДИЦИЯ»

2.1 Краткая финансово-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Традиция» (сокращенное наименование ООО «Традиция») зарегистрировано 25 марта 2009 года регистратором межрайонной инспекцией налоговой службы по Челябинской области. Юридический адрес компании: Челябинская область, г. Златоуст, проспект им. Ю.А. Гагарина, 3-й микрорайон, д.37А.

В соответствии с Уставом целью деятельности Общества является осуществление хозяйственной и иной деятельности, направленной на удовлетворение общественных потребностей в товарах и услугах и извлечение прибыли.

Основным видом деятельности является: «Оптовая торговля прочими непродовольственными потребительскими товарами». Юридическое лицо также зарегистрировано в таких категориях ОКВЭД как: «Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах», «Прочая розничная торговля в специализированных магазинах». Компания представляет следующие укрупненные группы товаров:

- бытовая химия;
- профессиональная химия;
- средства гигиены;
- хозяйственные товары;
- косметика;
- парфюмерия.

ООО «Традиция» является дистрибьютором таких крупных компаний, как АО Концерн «Калина, АО «Нэфис Косметикс», ООО «Компания Русалочка», ООО «Проктер энд Гембэл» и др.

Компания является субъектом малого предпринимательства, категория: микропредприятие. С целью деятельности Общества сформирован уставный капитал в размере 10 тыс. руб., учредитель и директор Общества выступают в одном лице. На предприятии сформирована линейная организационная структура, которая состоит из руководителя и нескольких подчиненных работников. Иерархия управления включает в себя три уровня: на верхнем уровне находится директор, которому подчинена группа специалистов (второй уровень). Директор, управляя специалистами, формирует для каждого из них соответствующие команды (третий уровень управленческой иерархии). Организационная структура управления предприятием представлена на рисунке 2.1.

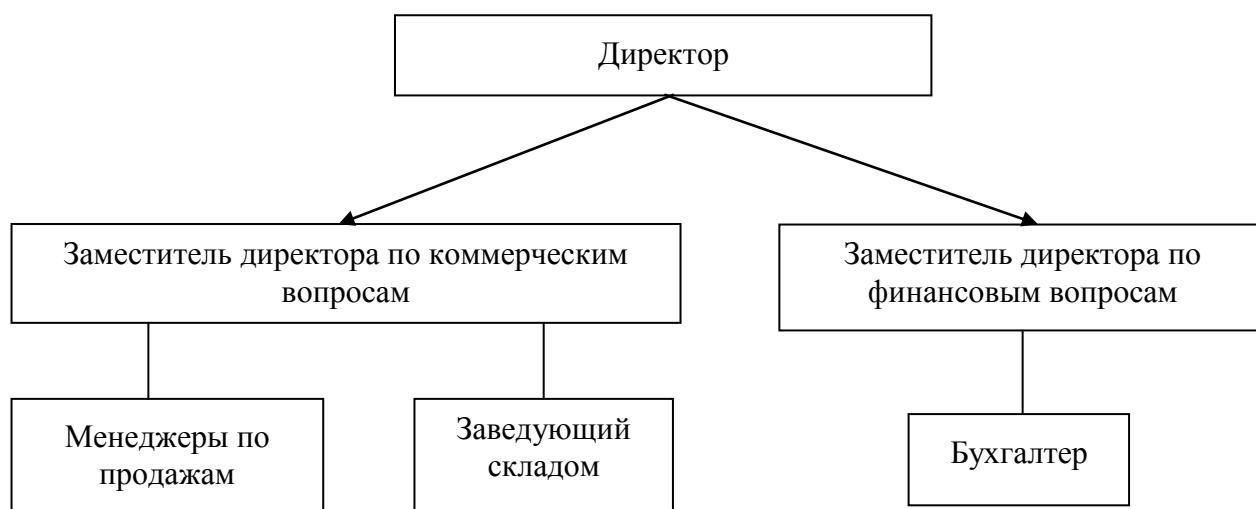


Рисунок 2.1 – Организационная структура управления ООО «Традиция»

Аналитические формы бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах представлены в приложениях А, Б. Основные финансово-экономические показатели деятельности предприятия обобщены в таблице 2.1.

По данным таблицы 2.1 предприятие увеличило выручку от продажи товаров на 1036 тыс. руб. или на 8,66% за период 2013-2014 гг. и на 937 тыс. руб. или на 7,21% за период 2014-2015 гг. Однако, несмотря на увеличение выручки, рентабельность продаж снизилась с 3,56 до 3,47%, что обусловлено увеличением затрат, приходящихся на 1 руб. реализованных товаров (с 96,44 до 96,53 коп.).

Таблица 2.1 – Основные финансово-экономические показатели деятельности

ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам		Темп прироста по годам, %	
	2013	2014	2015	2014	2015	2014	2015
1 Выручка от продажи товаров	11958	12994	13931	1036	937	8,66	7,21
2 Затраты на производство, всего, в том числе:	11532	12537	13447	1005	910	8,72	7,26
2.1 себестоимость реализованных товаров	7118	7964	8714	846	750	11,89	9,42
2.2 коммерческие расходы	4414	4573	4733	159	160	3,60	3,50
3 Затраты на 1 руб. реализованных товаров, коп.	96,44	96,48	96,53	0,04	0,05	0,04	0,05
4 Валовая прибыль	4840	5030	5217	190	187	3,93	3,72
5 Прибыль от продаж	426	457	484	31	27	7,28	5,91
6 Чистая прибыль	343	379	382	36	3	10,50	0,79
7 Уровень валовой прибыли в выручке, % (с.4/с.1×100)	40,47	38,71	37,45	-1,76	-1,26	–	–
8 Рентабельность продаж, % (с.5/с.1×100)	3,56	3,52	3,47	-0,04	-0,05	-1,12	-1,42
9 Численность работающих, чел.	13	13	13	0	0	–	–
10 Фонд оплаты труда с отчислениями	3411	3498	3565	87	67	2,55	1,92
11 Среднегодовая зарплата на 1 работника	262,38	269,08	274,23	6,70	5,15	2,55	1,91
12 Выручка от продаж на 1 работника	919,85	999,54	1071,62	79,69	72,08	8,66	7,21
13 Активы	4077	4197	4300	120	103	2,94	2,45
14 Собственный капитал	344	352	370	8	18	2,33	5,11
15 Рентабельность активов, % (с.6/с.13×100)	8,41	9,03	8,88	0,62	-0,15	–	–
16 Рентабельность собственного капитала, % (с.6/с.14×100)	99,71	107,67	103,24	7,96	-4,43	–	–
17 Оборачиваемость активов, обороты (с.1/с.13)	2,93	3,10	3,24	0,17	0,14	5,80	4,52
18 Коэффициент текущей ликвидности	1,092	1,092	1,094	0	0,002	0	0,18
19 Коэффициент автономии (с.14/с.13)	0,084	0,084	0,086	0	0,002	0	2,38

Несмотря на увеличение валовой прибыли (на 3,93% в 2014 г. и на 3,72% в 2015 г.), ее уровень в выручке снижается (с 40,47 до 37,45% за период 2013-2015 годы). Так как уровень валовой прибыли (валового дохода) является важнейшим экономическим показателем деятельности торгового предприятия, характеризующим уровень торговой надбавки на реализуемые товары, то снижение показателя оценивается крайне отрицательно. Снижение уровня валового дохода происходит под влиянием разнообразных факторов, таких как снижение конкурентоспособности предприятия и качества реализуемых товаров, неэффективно проводимой ценовой и ассортиментной политики торгового предприятия, снижение покупательского спроса и т.п.

Предприятие наращивало объемы активов невысокими темпами (на 2,94% в 2014 г. и на 2,45% в 2015 г.). Увеличение активов в 2015 г. происходило быстрее, чем росла чистая прибыль – в результате рентабельность активов снизилась на 0,15 процентных пункта, в 2015 г. на каждый рубль, вложенный в активы, предприятие имело 8,88 коп. чистой прибыли. В качестве положительных моментов следует отметить наращивание собственного капитала, темпы прироста которого составили 2,33% и 5,11% соответственно в 2014 и 2015 гг. Деловая активность предприятия повышалась, что проявилось в ускорении оборачиваемости активов с 2,93 до 3,24 оборота. По значению коэффициента текущей ликвидности (1,094 в 2015 г. при нормативе 2,0) и коэффициента автономии (0,086 в 2015 г. при нормативе более 0,5) можно сделать вывод и низких платежных возможностях предприятия и его неустойчивом финансовом положении.

Таким образом, обобщив результаты экспресс-анализа ООО «Традиция», можно сделать вывод, что основная деятельность торгового предприятия характеризуется невысокой рентабельностью (рентабельность продаж в 2015 году составила 3,47%), уровень валового дохода снижается (с 40,47 до 37,45% за период 2013-2015 гг.), финансовая устойчивость и платежеспособность являются не достаточными.

2.2 Анализ финансовых результатов деятельности предприятия

ООО «Традиция», как субъект малого предпринимательства, представляет простейшую структуру управления. Каждый работник выполняет несколько функций. Директор выполняет функции постановки задач стратегического, текущего и оперативного планирования, организации деятельности предприятия, контроля и мотивации сотрудников, сбыта товаров. Заместитель директора по финансовым вопросам (главный бухгалтер), кроме прямых обязанностей по ведению учета, выполняет функции по анализу финансово-хозяйственной деятельности, финансовому планированию. Заместитель директора по коммерческим вопросам отвечает за товарное снабжение и обеспечение эффективных способов продажи товаров. Следовательно, в управлении прибылью задействованы все ключевые работники микропредприятия. Распределение обязанностей между работниками, установление сроков выполнения работ осуществляется в соответствии с должностными инструкциями. Распределение прибыли по итогам финансово-хозяйственной деятельности относится к компетенции общего собрания участников Общества. Порядок распределения чистой прибыли регламентируется Уставом.

2.2.1 Анализ динамики и состава финансовых результатов

Планирование прибыли предполагает разработку планов по величине прибыли и направлениям ее использования. Текущее планирование предполагает разработку конкретных планов, основанных на целевых показателях прибыли. Основным видом текущего плана прибыли является план отчета о финансовых результатах. В качестве метода планирования прибыли используется прямой метод, при котором планируемая прибыль определяется как разница между доходами и расходами предприятия. Анализ показателей реализации плана отчета о финансовых результатах представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Анализ показателей реализации плана отчета о финансовых результатах ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы								
	2013			2014			2015		
	План	Факт	Отклонение от плана, %	План	Факт	Отклонение от плана, %	План	Факт	Отклонение от плана, %
Выручка от продаж	11550	11958	3,53	13010	12994	-0,12	13892	13931	0,28
Себестоимость продаж	6990	7118	1,83	7960	7964	0,05	8699	8714	0,17
Валовая прибыль	4560	4840	6,14	5050	5030	-0,40	5193	5217	0,46
Коммерческие расходы	4060	4414	8,72	4500	4573	1,62	4690	4733	0,92
Прибыль от продаж	500	426	-14,8	550	457	-16,91	503	484	-3,78
Прочие доходы	10	7	-30,0	7	11	57,14	0	0	0
Прочие расходы	30	29	-3,33	25	22	-12,00	28	34	21,43
Прибыль до налогообложения	480	404	-15,83	532	446	-16,17	475	450	-5,26
Налог на прибыль (УСНО 15%)	72	61	-15,28	80	67	-16,25	71	68	-4,23
Чистая прибыль	408	343	-15,93	452	379	-16,15	404	382	-5,45

Анализ реализации плана отчета о финансовых результатах показал, что на протяжении 2013-2015 гг. наблюдаются значительные отклонения фактических показателей прибыли от плановых (причем в меньшую сторону), что наглядно показано на рисунке 2.2. Как видно из рисунка 2.2 в течение рассматриваемого периода имеют место неблагоприятные отклонения показателей прибыли (по всем ее видам), превышающие по модулю 10%. Это должно стать объектом пристального внимания со стороны руководства с целью выяснения причин и виновников отклонений и принятия управленческих решений по урегулированию показателей.

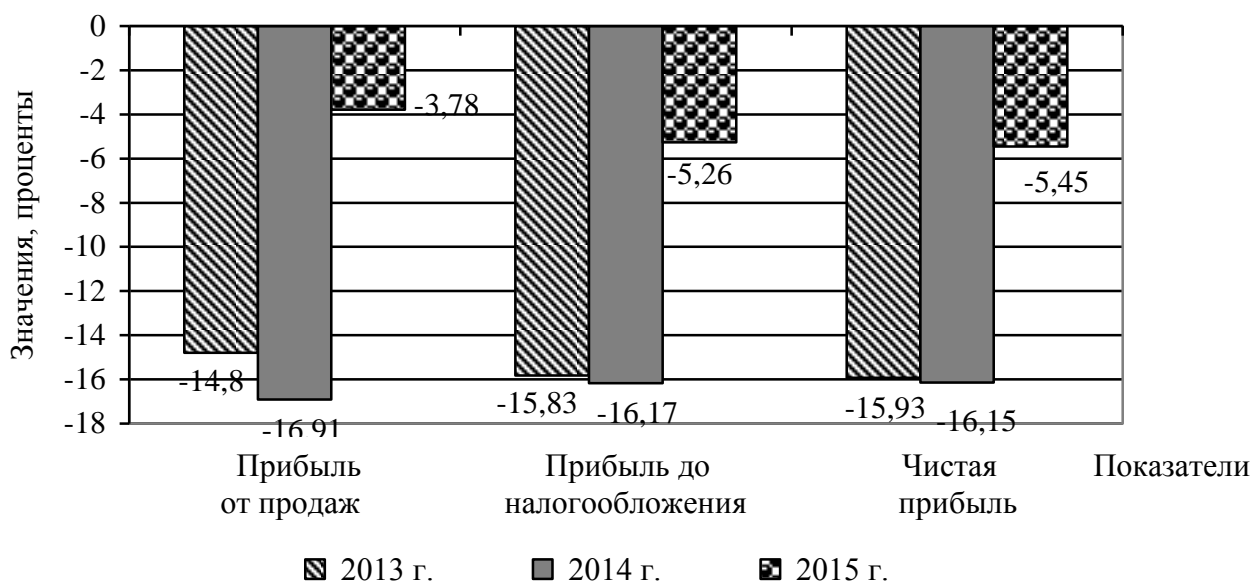


Рисунок 2.2 – Относительные отклонения фактических показателей прибыли от плановых в ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

Горизонтальный анализ финансовых результатов проводится в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам		Темп прироста по годам, %	
	2013	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Выручка от продаж	11958	12994	13931	1036	937	8,66	7,21
Себестоимость продаж	7118	7964	8714	846	750	11,89	9,42
Валовая прибыль	4840	5030	5217	190	187	3,93	3,72
Коммерческие расходы	4414	4573	4733	159	160	3,60	3,50
Прибыль от продаж	426	457	484	31	27	7,28	5,91
Прочие доходы	7	11	0	4	-4	57,14	0
Прочие расходы	29	22	34	-7	12	-24,14	54,55
Прибыль до налогообложения	404	446	450	42	4	10,40	0,90
Налог на прибыль	61	67	68	6	1	9,84	1,49
Чистая прибыль	343	379	382	36	3	10,50	0,79

В соответствии с таблицей 2.3 выручка от реализации товаров в 2014 году возросла на 1036 тыс. руб. или на 8,66%; в 2015 г. прирост выручки составил 937 тыс. руб. или 7,21%. Себестоимость реализованных товаров возрастала более высокими темпами, чем выручка от реализации товаров (на 11,89% в 2014 г. и на 9,42% в 2015 г.), что не позволяло наращивать валовую прибыль высокими темпами. Высокая конкуренция на рынке при одновременном увеличении отпускных цен производителями сдерживали предприятие в установлении более высоких торговых надбавок на реализуемые товары.

Динамику финансовых результатов иллюстрирует рисунок 2.3.

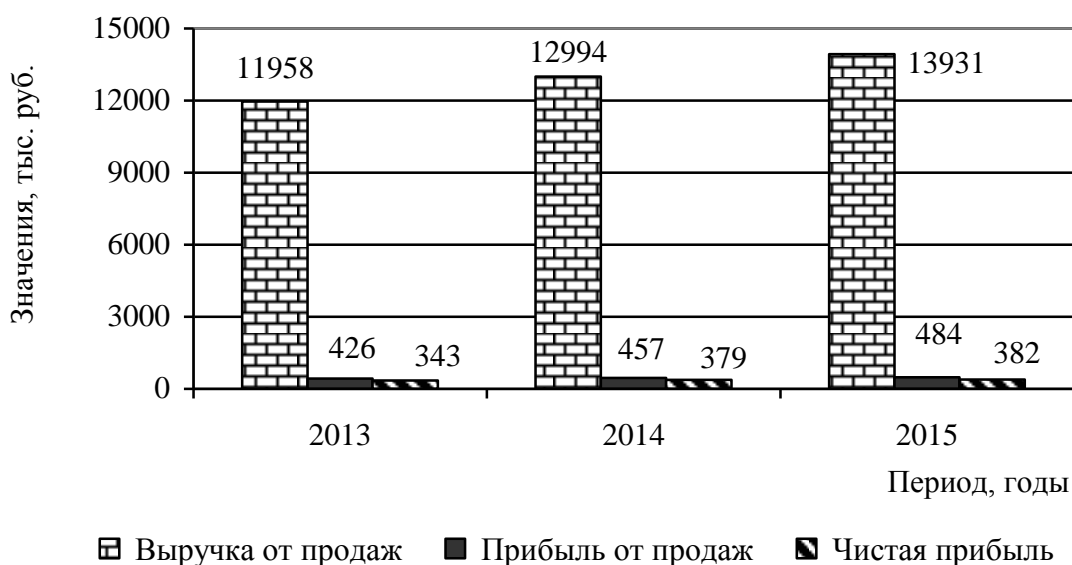


Рисунок 2.3 – Динамика финансовых результатов ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

Пытаясь сдерживать коммерческие расходы, руководство предприятия смогло обеспечить более высокий прирост прибыли от продаж по сравнению с валовой прибылью, так в 2015 г. при росте валовой прибыли на 3,72% прирост прибыли от продаж составил 5,91%. Однако значительное превышение прочих расходов над прочими доходами отрицательно повлияло на прибыль до налогообложения, которая возросла только на 0,90%.

Структура финансовых результатов предприятия исследуется в таблице 2.4 в рамках вертикального анализа отчета о финансовых результатах.

Таблица 2.4 – Анализ структуры финансовых результатов ООО «Традиция»
за 2013-2015 гг.

В процентах

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам	
	2013	2014	2015	2014	2015
Выручка от продаж	100	100	100	0	0
Себестоимость продаж	59,53	61,29	62,55	1,76	1,26
Валовая прибыль	40,47	38,71	37,45	-1,76	-1,26
Коммерческие расходы	36,91	35,19	33,98	-1,72	-1,21
Прибыль от продаж	3,56	3,52	3,47	-0,04	-0,05
Прочие доходы	0,06	0,08	0	0,02	-0,02
Прочие расходы	0,24	0,17	0,24	-0,07	0,07
Прибыль до налогообложения	3,38	3,43	3,23	0,05	-0,20
Налог на прибыль	0,51	0,52	0,49	0,01	-0,03
Чистая прибыль	2,87	2,92	2,74	0,05	-0,18

Вертикальный анализ отчета о финансовых результатах показал, что удельный вес валовой прибыли (уровень торговой наценки) за 2013-2015 гг. снизился с 40,47 до 37,45%. Причиной этому является высокая конкуренция на рынке, а также частичные закупки товаров с участием посредников. Положительно следует оценить снижение уровня коммерческих расходов в выручке от продаж (с 36,91% в 2013 г. до 33,98% в 2015 г.). Однако снижение уровня коммерческих расходов не смогло компенсировать рост себестоимости реализуемых товаров, что негативно отразилось на рентабельности продаж, так, удельный вес прибыли от продаж в оптовой цене реализуемых товаров за 2013-2015 гг. снизился с 3,56 до 3,47%.

Удельный вес прочих доходов и расходов в выручке от продаж незначительный. В то же время превышение прочих расходов над прочими доходами способствовало сокращению доли прибыли до налогообложения в выручке (общей рентабельности) в 2015 г. по сравнению с 2014 г. с 3,43 до 3,23 процентов, а удельный вес чистой прибыли в выручке от реализации товаров снизился за этот же период с 2,92 до 2,74%.

Анализ доходов и расходов проводится по данным таблицы 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ состава и структуры доходов и расходов ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

Показатели	Период, годы				Отклонение за 2014 год		Темп прироста за 2014 год, %	2015 год		Отклонение за 2015 год		Темп прироста за 2015 год, %
	2013		2014		тыс. руб.	удельного веса, %		Тыс. руб.	Удельный вес, в %	тыс. руб.	удельного веса, %	
	Тыс. руб.	Удельный вес, в %	Тыс. руб.	Удельный вес, в %								
Доходы, всего, в том числе:	11965	100	13005	100	1040	0	8,69	13931	100	926	0	7,12
– от обычных видов деятельности	11958	99,94	12994	99,92	1036	-0,02	8,66	13931	100	937	0,08	7,21
– прочие доходы	7	0,06	11	0,08	4	0,02	57,14	0	0	-4	-0,08	0
Расходы, всего, в том числе:	11622	100	12626	100	1004	0	8,64	13549	100	923	100	7,31
– от обычных видов деятельности	11532	99,23	12537	99,30	1005	0,07	8,72	13447	99,25	910	-0,05	7,26
– прочие расходы	90	0,77	89	0,70	-1	-0,07	-1,11	102	0,75	13	0,05	14,61
Чистая прибыль	343		379		36		10,50	382		3		0,79

В соответствии с таблицей 2.5 доходы от обычных видов деятельности, к которым относится выручка от продажи товаров, занимают наиболее значительный удельный вес в суммарных доходах предприятия, на их долю в 2013-2014 гг. приходится более 99%, а в 2015 г. – 100% всех доходов. То же самое можно сказать и о расходах, в которых преобладают расходы по обычным видам деятельности (99,25% на конец периода). Это позволяет сделать вывод о достаточно высоком качестве прибыли предприятия, сформированной за счет основной деятельности (не от случайных источников дохода).

Анализ расходов выступает одним из элементов системы управления предприятия и имеет своей целью изыскивать возможности увеличения или, как

минимум, стабилизации абсолютных и относительных показателей доходности предприятия – прибыли и рентабельности. Анализ расходов по обычным видам деятельности в разрезе элементов затрат представлен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Факторный анализ расходов по обычным видам деятельности ООО «Традиция» в разрезе элементов затрат за 2013-2015 гг.

Показатели	Период, годы				Отклонение за 2014 год		Доля фактора в изменении затрат за 2014 год, %	2015 год		Отклонение за 2015 год		Доля фактора в изменении затрат за 2015 год, %
	2013		2014		тыс. руб.	удельного веса, %		Тыс. руб.	Удельный вес, в %	тыс. руб.	удельного веса, %	
	Тыс. руб.	Удельный вес, в %	Тыс. руб.	Удельный вес, в %								
Материальные затраты	7117	61,72	7964	63,52	847	1,80	84,28	8714	64,80	750	1,28	82,42
Затраты на оплату труда	3070	26,62	3148	25,11	78	-1,51	7,76	3208	23,86	60	-1,25	6,59
Отчисления на социальные нужды	341	2,95	350	2,79	9	-0,16	0,90	357	2,65	7	-0,14	0,77
Амортизация	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прочие затраты	1004	8,71	1075	8,58	71	-0,13	7,06	1168	8,69	93	0,11	10,22
Итого	11532	100	12537	100	1005	0	100	13447	100	910	0	100

В соответствии с данными таблицы 2.6 структура расходов по обычным видам деятельности в разрезе элементов показывает, что самый значительный элемент расходов – материальные затраты, которые в удельном весе за период 2013-2015 годы возросли с 61,72 до 64,80%. Именно материальные затраты, которые включают закупочную стоимость товаров для перепродажи, обеспечили 84,28% в 2014 г. и 82,42% в 2015 г. прироста всех затрат по обычным видам деятельности. Другой статьёй затрат, оказавшей существенное влияние на изменение расходов по обычным видам деятельности, являются «Прочие затраты», по которой учитываются расходы на ремонт основных средств, расходы на обеспечение

нормальных условий труда и мер по технике безопасности, расходы на страхование имущества и т.п. Данная статья затрат обеспечила 7,06% в 2014 г. и 10,22% в 2015 г. прироста затрат. Рассматривая динамику удельного веса затрат, видно, что происходит сокращение удельного веса затрат на оплату труда (с 26,62 до 23,86%) и отчислений на социальные нужды (с 2,95 до 2,65%). По остальным элементам затрат происходит увеличение их удельного веса. В структуре затрат значительных отклонений не наблюдается, что позволяет сделать вывод об их контролируемости со стороны менеджмента предприятия. В то же время сокращение материальных затрат следует рассматривать как важнейший резерв роста прибыли.

Структура и динамика коммерческих расходов предприятия исследуется по данным таблицы 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ динамики и структуры коммерческих расходов
ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

Показатели	Периоды, годы				Изменение за 2014 год		2015 год		Изменение за 2015 год	
	2013		2014		тыс. руб.	удельного веса, %	Тыс. руб.	Удельный вес, %	тыс. руб.	удельного веса, %
	Тыс. руб.	Удельный вес, %	Тыс. руб.	Удельный вес, %						
Транспортные расходы	433	9,81	443	9,69	10	-0,12	483	10,20	40	0,51
Затраты на оплату труда	3070	69,55	3148	68,84	78	-0,71	3208	67,80	60	-1,04
Отчисления на социальные нужды	341	7,73	350	7,65	9	-0,08	357	7,54	7	-0,11
Аренда и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря	288	6,52	297	6,49	9	-0,03	311	6,57	14	0,08

Окончание таблицы 2.7

Показатели	Периоды, годы				Изменение за 2014 год		2015 год		Изменение за 2015 год	
	2013		2014		тыс. руб.	удельного веса, %	Тыс. руб.	Удельный вес, %	тыс. руб.	удельного веса, %
	Тыс. руб.	Удельный вес, %	Тыс. руб.	Удельный вес, %						
Хранение, подработка, подсортировка, упаковка товаров	61	1,38	77	1,68	16	0,30	69	1,46	-8	-0,22
Расходы на рекламу	137	3,11	166	3,63	29	0,52	209	4,40	43	0,77
Прочие расходы	84	1,90	92	2,02	8	0,12	96	2,03	4	0,01
Итого	4414	100	4573	100	159	0	4733	100	160	0

Данные таблицы 2.7 показывают, что коммерческие расходы по всей совокупности в 2014 г. по сравнению с 2013 г. возросли на 159 тыс. руб. или на 3,6%, а в 2015 г. по сравнению с 2014 г. – на 160 тыс. руб. или на 3,5%. Рассматривая динамику статей расходов, видно, что в своем большинстве они возрастали на протяжении всего рассматриваемого периода. Наиболее значительное увеличение коммерческих расходов произошло по статьям «Расходы на оплату труда», «Рекламные расходы», что связано с активизацией маркетинговой деятельности. Рассматривая структуру коммерческих расходов, следует отметить, что наиболее значительный удельный вес составляют «Расходы на оплату труда», который за период 2013-2015 гг. в совокупном объеме расходов на продажу сократился (с 69,55 до 67,80%), что обусловлено невыполнением плана прибыли от продаж и сокращением переменной части оплаты труда.

Таким образом, систему планирования прибыли на предприятии следует оценить как недостаточно эффективную, т.к. наблюдаются значительные отклонения фактических показателей прибыли от плановых в меньшую сторону. Предприятие наращивает выручку от реализации товаров (на 8,66% в 2014 г. и на 7,21% в 2015 г.). Однако затраты, приходящиеся на 1 руб. реализованных товаров,

возрастают, а рентабельность продаж снижается (с 3,56 до 3,47% за период 2013-2015 гг.). Высокая конкуренция на рынке при одновременном увеличении отпускных цен на товары со стороны поставщиков сдерживают предприятие в установлении более высоких торговых надбавок для получения целевой прибыли.

2.2.2 Оценка влияния факторов на формирование финансового результата

Изменение прибыли от продаж формируется под воздействием изменения следующих факторов: объема реализации товаров; структуры и ассортимента товаров; себестоимости закупок товаров и отпускных цен. Расчет влияния перечисленных факторов на прибыль от продаж представлен в приложении В. Результаты факторного анализа представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Результаты факторного анализа прибыли от продаж
ООО «Традиция» за 2014-2015 гг.

В тысячах рублей

Факторы	Влияние факторов по годам	
	2014	2015
Изменение прибыли от продаж, всего, в том числе за счет изменения:	31	27
– объема реализации товаров (физического объема продаж)	37	33
– ассортимента проданных товаров	- 35	- 36
– полной себестоимости проданных товаров	- 776	- 833
– отпускных цен на товары	805	863

Результаты факторного анализа прибыли от продаж показывают, что к факторам положительного влияния на показатель относятся:

- увеличение объема реализации товаров, за счет чего прибыль от продаж увеличилась на 37 тыс. руб. в 2014 г. и на 33 тыс. руб. в 2015 г.;
- ценовой фактор, т.е. увеличение отпускных цен на товары, за счет чего прибыль возросла на 805 тыс. руб. в 2014 г. и на 863 тыс. руб. в 2015 г.

К факторам отрицательного воздействия на прибыль от продаж относятся ассортимент и структура реализованных товаров, а также полная себестоимость продаж. За счет увеличения в объеме продаж удельного веса менее рентабельных товаров прибыль сократилась на 359 и 534 тыс. руб. соответственно в 2014 и 2015 годах. Основное негативное влияние на прибыль от продаж оказало увеличение полной себестоимости реализованных товаров (себестоимость закупки плюс коммерческие расходы), за счет этого фактора прибыль от продаж в 2014 году сократилась на 776 тыс. руб., а в 2015 г. на 833 тыс. руб.

Влияние положительных факторов оказалось больше, чем влияние отрицательных – в результате предприятием в 2014 г. был обеспечен прирост прибыли от продаж на 31 тыс. руб., а в 2015 г. на 27 тыс. руб. Основным резервом роста прибыли от продаж является сокращение себестоимости закупок товаров.

В процессе анализа целесообразно исследовать хозяйственный портфель предприятия и оценить эффективность руководства в использовании важнейшего внутреннего фактора формирования прибыли – формирование оптимальной ассортиментной структуры реализуемых товаров. Показатели анализа хозяйственного портфеля предприятия представлены в таблицах 2.9 и 2.10.

Таблица 2.9 – Факторный анализ выручки от продаж в разрезе ассортиментных групп товаров в ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам		Структура по годам, %			Доля фактора в изменении выручки по годам, %	
	2013	2014	2015	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015
Выручка от продаж, всего, в том числе по товарным группам:	11958	12994	13931	1036	937	100	100	100	100	100
– бытовая химия	3133	3456	3720	323	264	26,2	26,6	26,7	31,2	28,2
– профессиональная химия	2380	2625	2981	245	356	19,9	20,2	21,4	23,6	38,0

Окончание таблицы 2.9

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам		Структура по годам, %			Доля фактора в изменении выручки по годам, %	
	2013	2014	2015	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015
– хозяйственные товары	1937	2118	2452	181	334	16,2	16,3	17,6	17,5	35,6
– средства гигиены	1100	1169	1212	69	43	9,2	9,0	8,7	6,7	4,6
– косметика	1052	1130	1184	78	54	8,8	8,7	8,5	7,5	5,8
– парфюмерия	861	885	947	24	62	7,2	6,8	6,8	2,3	6,6
– прочие	1522	1611	1435	89	-176	12,5	12,4	10,3	8,59	-18,78

Данные таблицы 2.9 показывают, что такие ассортиментные группы товаров, как бытовая химия, профессиональная химия и хозяйственные товары являются основой благополучия предприятия, обеспечивая наибольший объем выручки от продажи товаров (65,7% в 2015 г.). Рассматривая влияние отдельных товарных групп на выручку от продаж, видно, что именно профессиональная химия обеспечила наибольший прирост выручки в 2015 г. (38% в структуре влияния факторов). На протяжении 2013-2015 гг. усиливается влияние на выручку от продаж товарных групп хозяйственные товары и профессиональная химия и ослабляется влияние практически всех остальных товарных групп (особенно прочих товаров).

Данные таблицы 2.10 показывают, что наибольший прирост прибыли от продаж предприятием получен от реализации таких ассортиментных групп, как бытовая и профессиональная химия и хозяйственные товары. Эти обстоятельства позволяют оценивать данные группы товаров как наиболее прибыльные, относительно которых стратегия предприятия должна предусматривать инвестиции в продвижении на рынках. В структуре прибыли от продаж на данные товарные группы в 2015 г. приходится около 70% всей прибыли. Все остальные ассортиментные группы товаров в 2015 г. оказали отрицательное воздействие на прибыль от продаж.

Таблица 2.10 – Факторный анализ прибыли от продаж в разрезе ассортиментных групп товаров в ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам		Структура по годам, %			Доля фактора в изменении прибыли по годам, %	
	2013	2014	2015	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015
Прибыль от продаж, всего, в том числе по группам:	426	457	484	31	27	100	100	100	100	100
– бытовая химия	111	119	163	8	44	26,1	26,0	25,9	25,8	163,0
– профессиональная химия	90	98	124	8	26	21,1	21,5	23,5	25,8	96,3
– хозяйственные товары	72	78	100	6	22	16,8	17,1	19,7	19,4	81,5
– средства гигиены	37	39	30	2	-9	8,8	8,6	7,0	6,5	-33,3
– косметика	36	41	20	5	-21	8,5	8,9	7,6	16,1	-77,8
– парфюмерия	31	32	22	1	-10	7,3	6,9	6,0	3,2	-37,0
– прочие	49	50	25	1	-25	11,4	11,0	10,3	3,2	-93,0

В процессе интерпретации полученных результатов надо оценить степень соответствия удельных весов ассортиментных групп и их рентабельности (данное исследование будет проведено в пункте 2.2.3 работы). Очевидно, что высокорентабельная продукция должна иметь высокий удельный вес в структуре продаж. Но в то же время необходимо увеличивать удельный вес товаров с высокой скоростью оборота, т.е. решать дилемму между рентабельностью и оборачиваемостью товаров.

Факторы формирования чистой прибыли представлены в таблице 2.11.

Из данных таблицы 2.11 следует, что чистая прибыль была сформирована в рамках обычной деятельности (за счет прибыли от продаж). Темп прироста прибыли от продаж составил 7,28 и 5,91% соответственно в 2014 и 2015 годах. Несмотря на отрицательные значения сальдо прочих доходов и расходов, их негативную динамику, а также рост налога на прибыль, предприятию удалось

увеличить чистую прибыль на 10,50 и 0,79% соответственно в 2014 и 2015 гг.

Таблица 2.11 – Основные факторы формирования чистой прибыли

ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам		Темп прироста по годам, %	
	2013	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Прибыль от продаж	426	457	484	31	27	7,28	5,91
Результат от прочих доходов и расходов	-22	-11	-34	11	-23	50,0	-204,55
Налог на прибыль	61	67	68	6	1	9,84	1,49
Чистая прибыль	343	379	382	36	3	10,50	0,79

В целом сложившуюся ситуацию в 2014 г. можно оценить как позитивную, однако в 2015 г. прирост чистой прибыли является весьма незначительным, отстающим от темпов прироста прибыли от продаж (5,91%). Необходимо установить конкретные причины роста прочих расходов.

Чистая прибыль остается в распоряжении предприятия, используется им самостоятельно и направляется на дальнейшее развитие предпринимательской деятельности в соответствии с решением собственников. В соответствии с приказом об Учетной политике ООО «Традиция» использует бесфондовый метод распределения прибыли. Показатели использования чистой прибыли представлены в таблице 2.12.

Как видно из таблицы 2.12 распределение чистой прибыли осуществляется по следующим направлениям: на выплату доходов учредителям; на поощрение и социальные нужды коллектива. Наибольшая часть чистой прибыли направляется на выплату вознаграждений и материальную помощь работникам, доля данного направления чистой прибыли в общем ее объеме в 2015 г. составила 82,42%.

При этом следует отметить, что по итогам каждого отчетного года бóльшая часть чистой прибыли подлежит распределению, капитализированная

нераспределенная прибыль в 2015 г. составила лишь 4,71% от объема полученной чистой прибыли.

Таблица 2.12 – Динамика и структура распределенной чистой прибыли

ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам	
	2013	2014	2015	2014	2015
Чистая прибыль	343	379	382	36	3
Чистая прибыль направленная, всего, в том числе на:	319	371	364	52	-7
– выплату доходов учредителям	50	56	64	6	8
– выплату вознаграждений и материальную помощь работникам	269	315	300	46	-15
Капитализация нераспределенной прибыли	24	8	18	-16	10
Структура чистой прибыли, направленной на, %:	100	100	100	0	0
– выплату доходов учредителям	15,67	15,09	17,58	-0,58	2,49
– выплату вознаграждений и материальную помощь работникам	84,33	84,91	82,42	0,58	-2,49
Удельный вес капитализированной прибыли в объеме чистой прибыли, %	7,00	2,11	4,71	-4,89	2,60

Таким образом, по результатам факторного анализа прибыли от продаж установлено, что предприятие увеличивает прибыль от реализации товаров, темпы ее прироста составили 7,28 и 5,91% соответственно в 2014 и 2015 годах. Результаты факторного анализа прибыли от продаж оптового торгового предприятия показали, что основным резервом ее увеличения является сокращение себестоимости закупок товаров при одновременном улучшении ассортиментной структуры товаров.

2.2.3 Анализ рентабельности, безубыточности финансово-хозяйственной деятельности и темпов экономического роста предприятия

Оценка результативности политики управления прибылью может быть определена с помощью коэффициентов рентабельности, расчет которых представлен в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Анализ рентабельности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам	
	2013	2014	2015	2014	2015
1 Активы (имущество)	4077	4197	4300	120	103
2 Собственный капитал	344	352	370	8	18
3 Выручка от продаж	11958	12994	13931	1036	937
4 Прибыль от продаж	426	457	484	31	27
5 Прибыль до налогообложения	404	446	450	42	4
6 Чистая прибыль	343	379	382	36	3
7 Затраты по обычным видам деятельности	11532	12537	13447	1005	910
8 Рентабельность, %:					
– общая (с.5 / с.3 × 100)	3,38	3,43	3,23	0,05	-0,20
– активов (с.6 / с.1 × 100)	8,41	9,03	8,88	0,62	-0,15
– затрат (с.4 / с.7 × 100)	3,69	3,65	3,60	-0,04	-0,05
– продаж (с.4 / с.3 × 100)	3,56	3,52	3,47	-0,04	-0,05
– собственного капитала (с.6 / с.2 × 100)	99,71	107,67	103,24	7,96	-4,43

Расчеты, представленные в таблице 2.13, показывают, что в 2014 г. по сравнению с 2013 г. происходило увеличение рентабельности (исключение составляют рентабельность основной деятельности и продаж). Однако в 2015 году все показатели рентабельности финансово-хозяйственной деятельности сократились, что показывает снижение дохода, полученного предприятием с

каждого рубля затрат, активов, капитала, вложенных в хозяйственную деятельность предприятия. Динамика показателей рентабельности представлена на рисунке 2.4.



Рисунок 2.4 – Динамика рентабельности деятельности ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

На каждый рубль, вложенный в активы, в 2015 г. получено 8,88 коп. чистой прибыли, что на 0,15 коп. меньше, чем в 2014 г. Каждый рубль, вложенный собственниками, в деятельность предприятия в 2015 г. принес на 4,43 копейки меньше чистой прибыли, чем в 2014 г. Несмотря на падение рентабельности собственного капитала, значение показателя находится на высоком уровне (103,24% в 2015 г.) вследствие высокого финансового рычага, т.е. большой доли заемного капитала и малой доли собственного, что негативно влияет на финансовую устойчивость предприятия.

Динамика рентабельности затрат и продаж позволяет сделать вывод о снижении эффективности основной деятельности предприятия, показатели снижаются на протяжении всего анализируемого периода. В 2015 г. на 1 рубль затрат, вложенных в осуществление финансово-хозяйственной деятельности,

получено 3,60 коп. прибыли от продаж по сравнению с 3,69 коп. в 2013 году. Рентабельность продаж, характеризующая долю прибыли в отпускной цене товаров предприятия, за период 2013-2015 гг. сократилась с 3,56 до 3,47%.

Данные о рентабельности отдельных видов реализуемых предприятием товаров представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Оценка рентабельности товаров в разрезе ассортиментных групп в ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Ассортиментные группы товаров	Выручка от продаж по годам			Прибыль от продаж по годам			Рентабельность продаж по годам, %		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Бытовая химия	3133	3456	3720	111	119	163	3,54	3,44	4,38
Профессиональная химия	2380	2625	2981	90	98	124	3,78	3,73	4,16
Хозяйственные товары	1937	2118	2452	72	78	100	3,72	3,68	4,08
Средства гигиены	1100	1169	1212	37	39	30	3,36	3,34	2,47
Косметика	1052	1130	1184	36	41	20	3,42	3,63	1,69
Парфюмерия	861	885	947	31	32	22	3,60	3,62	2,32
Прочие	1522	1611	1435	49	50	25	3,22	3,11	1,74
Итого	11985	12994	13931	426	457	484	3,56	3,52	3,47

Данные таблицы 2.14 показывают, что наиболее рентабельными товарами являются бытовая и профессиональная химия, а также хозяйственные товары. Рентабельность продаж за период 2013-2015 гг. возросла по бытовой химии с 3,54 до 4,38%, по профессиональной химии с 3,78 до 4,16%, по хозяйственным товарам с 3,72 до 4,08%. В то же время наблюдается устойчивое снижение рентабельности продаж по таким ассортиментным группам, как средства гигиены, косметика, парфюмерия и прочие товары. Результаты проведенного анализа являются информационной базой для принятия управленческих решений по оптимизации товарной структуры предприятия. Однако рентабельность не

является единственным ориентиром при установлении оптимальной структуры продаж, необходимо принимать во внимание и скорость оборота товаров.

Расчет точки безубыточности, запаса финансовой прочности и силы воздействия операционного рычага проведен в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Результаты операционного анализа прибыли в ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы			Отклонения по годам	
	2013	2014	2015	2014	2015
1 Выручка от продаж	11958	12994	13931	1036	937
2 Переменные затраты	7118	7964	8714	846	750
3 Маржинальный доход (с.1 – с.3)	4840	5030	5217	190	187
4 Доля маржинального дохода в выручке от продаж (с.3 / с.1)	0,4047	0,3871	0,3745	-0,0176	-0,0126
5 Постоянные затраты	4414	4573	4733	159	160
6 Критическая точка объема продаж (с.5 / с.4)	10907	11813	12638	906	825
7 Запас финансовой прочности (с.1 – с.6)	1051	1181	1293	130	112
8 Тоже в % к объему продаж (с.7 / с.1)	8,79	9,09	9,28	0,30	0,19
9 Прибыль от продаж (с.1 – с.2 – с.5)	426	457	484	31	27
10 Сила воздействия операционного рычага, раз (с.3 / с.9)	11,36	11,01	10,78	-0,35	-0,23

Из проведенных в таблице 2.15 расчетов видно, что маржинальный доход предприятия (доход, полученный от продажи товаров после возмещения переменных затрат) за период 2013-2014 гг. увеличился на 190 тыс. руб., а за период 2014-2015 гг. увеличение маржинального дохода (валовой прибыли) составило 187 тыс. руб. Критическая точка объема продаж (точка безубыточности) в 2014 г. составила 11813 тыс. руб., что выше показателя 2013 года на 906 тыс. руб. В 2015 г. объем безубыточности по отношению к 2014 году увеличился на 825 тыс. руб. Иными словами, объем продаж, превышающий порог 12638 тыс. руб., безубыточен и рентабелен.

На протяжении 2013-2015 гг. происходило увеличение запаса финансовой прочности предприятия (с 8,79 до 9,28%), что обусловлено относительным снижением постоянных затрат (снижением доли коммерческих расходов в выручке от продажи товаров). Экономический смысл запаса финансовой прочности заключается в том, что предприятие на конец исследуемого периода могло выдержать 9,28-процентное снижения объема продаж, чтобы покрыть все свои постоянные затраты и сработать с нулевой прибылью.

Результаты операционного анализа представлены на рисунке 2.5.

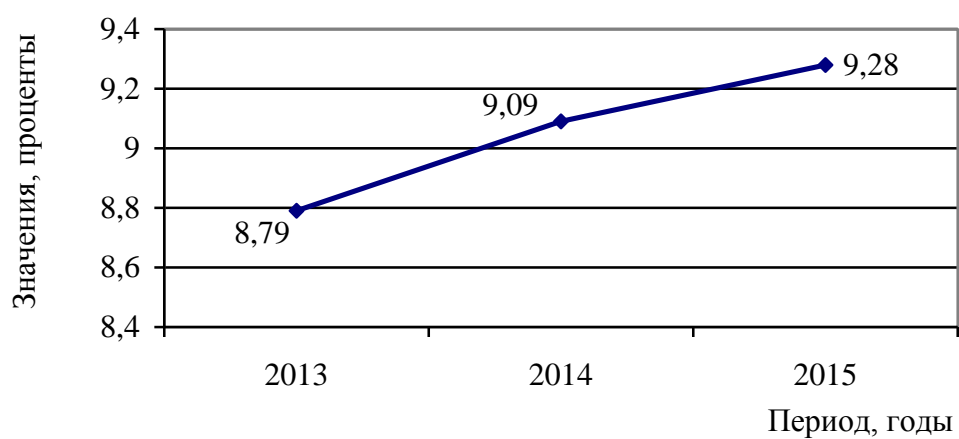


Рисунок 2.5 – Запас финансовой прочности ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

Сила операционного рычага на протяжении всего анализируемого периода сокращалась (с 11,36 до 10,78 раз), что позволяет сделать вывод о снижении предпринимательского риска предприятия. При этом значение силы операционного рычага остается достаточно высоким, т.е. каждый процент снижения выручки от продаж дает более значительное снижение прибыли от продаж.

Деловая активность характеризуется степенью устойчивости экономического роста (развития). Устойчивость экономического роста позволяет предположить, что предприятию не грозит банкротство. Поэтому перед руководством стоит задача обеспечения устойчивых темпов его экономического развития. В таблице 2.16 определена динамика и устойчивость экономического роста предприятия.

Таблица 2.16 – Динамика факторов, влияющих на темпы экономического роста
ООО «Традиция» за 2012-2015 гг.

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы				Индексы роста по годам		
	2012	2013	2014	2015	2013	2014	2015
1 Чистая прибыль	324	343	379	382	1,059	1,105	1,008
2 Реинвестированная прибыль	47	24	8	18	0,511	0,333	2,250
3 Собственный капитал	320	344	352	370	1,075	1,023	1,051
4 Коэффициент устойчивости экономического роста (с.2 / с.3)	0,147	0,070	0,023	0,049	0,476	0,329	2,130
5 Коэффициент реинвестирования прибыли (с.2 / с.1)	0,145	0,070	0,021	0,047	0,483	0,302	2,244
6 Рентабельность собственного капитала (с.1 / с.3)	1,013	0,997	1,077	1,032	0,984	1,080	0,959
7 Темп экономического роста предприятия (по формуле 1.10)					0,609	0,475	1,661

Динамику темпов экономического роста иллюстрирует рисунок 2.6.

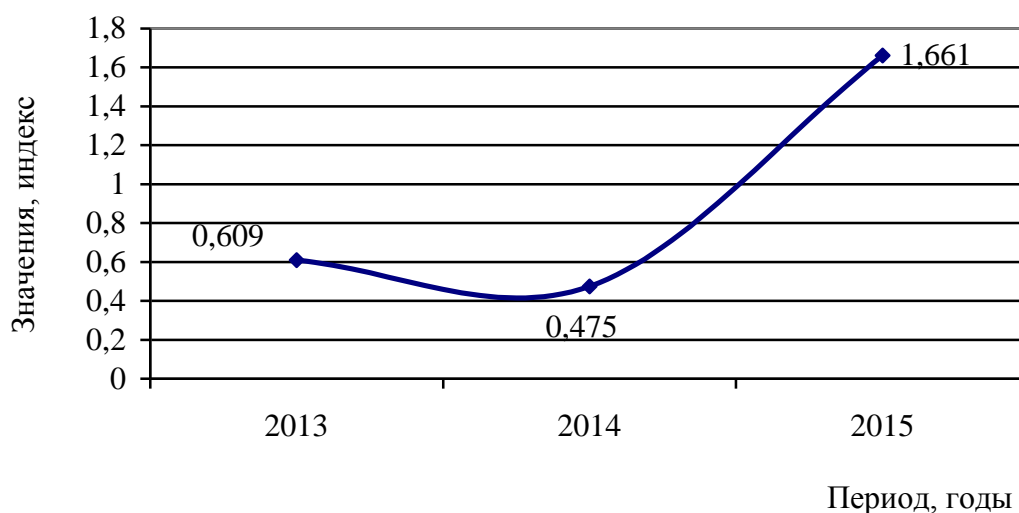


Рисунок 2.6 – Динамика темпов экономического роста
ООО «Традиция» за 2013-2015 гг.

В соответствии с таблицей 2.16 за 2013-2014 гг. коэффициент устойчивости экономического роста сократился (с 0,070 до 0,023). Это привело к замедлению

темпа экономического роста предприятия, значение которого в 2014 году составило 0,475, что существенно ниже единицы. Основной причиной снижения темпов экономического роста предприятия является снижение объемов реинвестированной прибыли. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. коэффициент устойчивости экономического роста увеличился (1,661, что больше единицы) при увеличении коэффициента устойчивости экономического роста. Этому способствовало увеличение объемов чистой и реинвестированной прибыли, ускорение темпов прироста собственного капитала.

Таким образом, в 2014-2015 гг. происходило снижение эффективности деятельности предприятия, что выражалось в снижении показателей рентабельности: активов (с 9,03 до 8,88%), собственного капитала (с 107,67 до 103,24%), продаж (с 3,52 до 3,47%). Резервами повышения эффективности деятельности являются улучшение ассортиментной структуры товаров и снижение себестоимости закупаемых товаров. Замедление темпов экономического роста предприятия, имевшее место в 2014 г., сменилось его ускорением в 2015 г. Это свидетельствует об ускорении наращивания собственного капитала (в части нераспределенной прибыли) за счет финансово-хозяйственной деятельности.

2.3 Направления совершенствования управления формированием финансовых результатов деятельности ООО «Традиция»

2.3.1 Оптимизация ассортиментной структуры продаж как фактор увеличения прибыли предприятия

В основе управления хозяйственной деятельностью предприятия лежит выбор лучшего альтернативного управленческого решения из большого числа возможных вариантных решений. Лучший план действий называют оптимальным, и его преимущество перед другими планами устанавливают с

помощью специального показателя выгодности данного плана – критерия оптимальности.

Пересматривать свой товарный портфель время от времени приходится каждой компании, поскольку рыночная ситуация меняется (предложения поставщиков, предпочтения потребителей, активность конкурентов, собственное финансовое состояние предприятия и др.). Ни один из этих факторов нельзя оставлять без внимания, принимая решение о вводе или выводе товара и оценивая его влияние на эффективность ассортиментной политики. Оценка эффективности ввода/вывода продуктов из ассортимента должна основываться на том, как это повлияет на прибыль компании.

Как показали результаты проведенного анализа формирования финансовых результатов деятельности предприятия, важнейшим резервом увеличения прибыли ООО «Традиция» является оптимизация ассортиментной структуры товаров. Для расчета оптимальной структуры продаж в рамках настоящей работы использована модель формирования оптимальной ассортиментной структуры реализуемых товаров, предложенная авторами Н.В. Шалановым и Л.И. Васечко, которая обеспечивает максимальную прибыль. Данная модель имеет следующий вид (2.1) [42, с.107]:

$$Z = a_1v_1 + a_2v_2 + \dots + a_nv_n \rightarrow \max, \quad (2.1)$$

где Z – прибыль от продаж, руб.;

a_j – рентабельность продаж j -го товара ($j = 1, 2, \dots, n$), доля;

v_j – объем продаж j -го товара, руб.;

Основываясь на данных о продажах товаров в разрезе номенклатуры за 2015 г. (таблица 2.9), оценке рентабельности товаров в разрезе ассортиментных групп за 2015 г. (таблица 2.14), а также среднегодового темпа роста объемов выручки от реализации (109,12%), в таблице 2.17 проведен расчет оптимальной ассортиментной структуры продаж.

Таблица 2.17 – Расчет оптимальной структуры продаж ООО «Традиция»
(прогноз на 2016 г.)

В тысячах рублей

Ассортиментные группы товаров	Объем продаж	Доля в структуре продаж	Прибыль от продаж	Рентабельность продаж	Оптимальная доля в структуре продаж	Прогнозный объем продаж	Прогнозная прибыль от продаж
1	2	3	4	5	$6 = 5 / \sum 5$	$7 = \sum 7 \times 6$	$8 = 5 \times 7$
Бытовая химия	3720	0,267	163	0,0438	0,196	2980	131
Профессиональная химия	2981	0,214	124	0,0416	0,186	2828	118
Хозяйственные товары	2452	0,176	100	0,0408	0,184	2797	114
Средства гигиены	1212	0,087	30	0,0247	0,111	1687	42
Косметика	1184	0,085	20	0,0169	0,075	1140	79
Парфюмерия	947	0,068	22	0,0232	0,104	1581	37
Прочие	1435	0,103	25	0,0323	0,144	2189	38
Итого	13931	1,0	484	0,2233	1,0	15202	559

Расчеты, представленные в таблице 2.17, показывают, что оптимизация ассортиментной структуры товаров позволит получить прирост выручки от реализации товаров на 1271 тыс. руб. (15202 – 13931) и прибыли от продаж на 75 тысяч рублей (559 – 484). Это становится возможным, благодаря грамотному сочетанию в ассортименте товаров с высокой рентабельностью, но относительно невысокой оборачиваемостью (приносящих значительную прибыль от одной продажи) и менее рентабельных, но высоко оборачиваемых товаров (приносящих значительный совокупный доход от нескольких продаж).

Предполагаемые изменения в структуре товаров отражены в таблице 2.18.

Данные таблицы 2.18 показывают, что оптимизация структуры реализуемых товаров предполагает снижение удельного веса таких товарных групп, как бытовая химия, профессиональная химия и косметика, которые составляют основу продаж предприятия, но характеризуются низкой оборачиваемостью.

Таблица 2.18 – Оценка изменений в ассортиментной структуре товаров

ООО «Традиция» после проведенной оптимизации

В процентах

Ассортиментные группы товаров	Период, годы		Отклонения
	2015 (до оптимизации ассортимента – отчет)	2016 (после оптимизации ассортимента – прогноз)	
Бытовая химия	26,7	19,6	-7,1
Профессиональная химия	21,4	18,6	-2,8
Хозяйственные товары	17,6	18,4	0,8
Средства гигиены	8,7	11,1	2,4
Косметика	8,5	7,5	-1,0
Парфюмерия	6,8	10,4	3,6
Прочие	10,3	14,4	4,1
Итого	100	100	0

В то же время предполагается увеличение удельного веса в структуре продаж хозяйственных товаров, средств гигиены, парфюмерии и прочих товаров, рентабельность которых незначительно уступает рентабельности основных товарных групп, но в то же время данные товарные группы имеют более короткий срок реализации. А в условиях недостаточности оборотных средств важная задача любого предприятия – ускорение оборачиваемости товаров, т.к. каждый день хранения – это дополнительные затраты.

Прирост выручки от реализации и прибыли от продаж не являются главными критериями оценки экономической эффективности оптимизации. При принятии решений, направленных на оптимизацию ассортиментной политики, необходимо также рассчитать рентабельность продаж, т.к. основная задача оптимизации заключается в том, чтобы постоянные затраты, распределяемые между товарами, не увеличивали их себестоимость. Оценка экономической эффективности оптимизации ассортиментной политики предприятия проводится в таблице 2.19.

Расчеты, выполненные в таблице 2.19, показывают, что изменение структуры реализуемых товаров (товарооборота) дает прирост эффективности торговой деятельности предприятия.

Таблица 2.19 – Оценка экономической эффективности оптимизации
 ассортиментной структуры продаж в ООО «Традиция»
 (с прогнозом на 2016 г.)

В тысячах рублей

Показатели	Период, годы		Отклонения	Темп прироста, %
	2015 (до оптимизации ассортимента)	2016 (после оптимизации ассортимента)		
Выручка от реализации товаров	13931	15202	1271	9,12
Себестоимость реализованных товаров	13447	14643	1196	8,89
Прибыль от продаж	484	559	75	15,50
Рентабельность продаж, %	3,47	3,68	0,21	6,05

Так, если рентабельность продаж в 2015 г. составляла 3,47%, то за счет оптимизации ассортиментной структуры рентабельность продаж увеличится до 3,68% или на 0,21%. Хотя эта величина и кажется достаточно скромной, однако в абсолютном выражении только за счет оптимизации структуры продаж получится увеличение прибыли от продаж на 75 тыс. руб. или на 15,5%.

Таким образом, в целях увеличения прибыли предложена и экономически обоснована оптимизация ассортиментной структуры продаж. За счет мероприятия прогнозируется увеличение прибыли от продаж на 15,5% и рентабельности продаж на 0,21%. Управление ассортиментом – это непрерывный процесс, и каждое решение о его расширении, сокращении или оптимизации должно быть четко обоснованно. Предложенная методика как раз и помогает это сделать.

2.3.2 Исследование рынка поставщиков, как фактор снижения себестоимости закупаемых товаров

Как показали результаты анализа, важнейшим резервом увеличения прибыли ООО «Традиция» является сокращение себестоимости закупаемых для перепродажи товаров. С этой целью рекомендуется проводить выборочные

маркетинговые исследования рынка поставщиков по позициям, наиболее весомым в общей статье затрат на ежемесячные закупки. Наиболее распространенным методом выбора поставщика можно считать метод рейтинговых оценок. В соответствии с данным методом выбираются основные критерии выбора поставщика, далее работниками службы закупок или привлеченными экспертами устанавливается их значимость экспертным путем.

В соответствии со стандартом ISO 9001–2011 «Системы менеджмента качества» показатель приемлемости поставщика может быть рассчитан по следующей формуле (2.2) [4]:

$$K_{\Pi} = \frac{\sum_{i=1}^n a_i}{n \times a_{\max}}, \quad (2.2)$$

где K_{Π} – показатель приемлемости поставщика;

a_i – количество баллов i -го критерия оценки;

a_{\max} – максимальное количество баллов оценки;

n – количество критериев оценки.

С целью выбора наиболее эффективного поставщика товарных ресурсов с точки зрения сокращения затрат при соответствующем качестве ресурсов оценку поставщиков по ряду критериев (стоимость товара, отсрочка платежа, доставка продукции, наличие сертификата качества и др.) целесообразно устанавливать по следующим баллам [9, с.228]:

- от 0 до 3 баллов – поставщик не удовлетворяет запрошенным требованиям;
- от 4 до 5 баллов – поставщик частично удовлетворяет запрошенным требованиям;
- от 6 до 8 баллов – поставщик полностью удовлетворяет запрошенным требованиям.

Исследование рынка поставщиков должны проводиться силами заместителя директора по коммерческим вопросам и менеджерами по продажам в следующей

последовательности:

- 1) Составить матрицу закупок по товарным позициям (объем закупок, затраты на закупку по каждому виду продуктов и т.д.).
- 2) Определить наиболее весомые категории и наименования товаров в матрице закупок (по стоимости приобретения).
- 3) Отсортировать поставщиков по возрастающей цене поставки. Вывести минимальную, максимальную и среднюю цену (как среднеарифметическую).
- 4) Сравнить цены альтернативных поставщиков с закупочными ценами идущих поставок. Определить рейтинг используемых поставщиков в отсортированном по цене списке.

Результаты предыдущего анализа показали, что основой товарного ассортимента предприятия являются бытовая химия, промышленная химия и хозяйственные товары (их доля в структуре выручки от продаж составляет более 65%). По данным отдела продаж предприятия поставщиками данных товаров являются ООО «АльфаТрейд», г. Челябинск, ООО «Технохимия», г. Магнитогорск, ООО «Леопак» (Чувашская республика). В таблице 2.20 проведем балльную оценку названных поставщиков по предложенной выше методике.

Таблица 2.20 – Балльная оценка поставщиков основных видов товарных ресурсов
ООО «Традиция»

В баллах

Поставщики	Оцениваемые показатели						Итого балльная оценка
	Стоимость продукции	Отсрочка платежа	Доставка продукции	Минимальный объем поставок	Наличие сертификата продукции	Сроки выполнения заказа	
ООО «АльфаТрейд», г. Челябинск	5	5	7	8	8	7	40
ООО «Технохимия», г. Магнитогорск	5	3	7	5	8	7	35
ООО «Леопак» (Чувашия, Чебоксары)	4	7	7	3	8	1	30

Чем больше баллов набрала компания-поставщик, тем большему количеству требований она соответствует и тем выше уровень качества ее товара. По результатам балльной оценки компаний-поставщиков видно, что максимальное количество баллов получено ООО «АльфаТрейд». Далее целесообразно рассчитать стоимость приобретения товарных ресурсов у двух поставщиков, получивших наивысший балл оценки. Для этой цели составлена таблица 2.21.

Таблица 2.21 – Экономический эффект от анализа рынка поставщиков товарных ресурсов в ООО «Традиция»

В тысячах рублей

Показатели	Поставщики товарных ресурсов	
	ООО «АльфаТрейд», г. Челябинск	ООО «Технохимия», г. Магнитогорск
1 Количество партий поставок, раз / год	12	
2 Средняя стоимость одной поставки	64	
3 Затраты на приобретение товара (с.1 × с.2)	768	
4 Средние транспортные расходы на 1 поставку	1,7	2,9
5 Итого затраты (с.3 + с.1 × с.4)	788	803
6 Экономия затрат (788 – 803)	-15	0
7 Увеличение прибыли от продаж	15	0
8 То же в относительной величине, %	3,10	0

Проведенный анализ существующих поставщиков товарных ресурсов выявил возможные резервы увеличения прибыли от продаж за счет сокращения себестоимости закупаемых товарных ресурсов, которые составляют 15 тыс. руб.

Таким образом, с целью сокращения себестоимости закупок рекомендовано проводить анализ рынка поставщиков (с периодичностью не реже 2 раз в год) и выбирать оптимальных с точки зрения снижения затрат при соответствующем качестве товарных ресурсов. Проведенный анализ поставщиков товарных ресурсов выявил возможные резервы увеличения прибыли от продаж в размере 15 тысяч рублей или на 3,1%.

2.3.3 Экономическое обоснование размера торговой наценки как фактор максимизации прибыли

Ценовая политика является не только одной из главных составляющих системы управления доходами торгового предприятия, но и важнейшим механизмом, обеспечивающим многие приоритеты его экономического развития. Поэтому возникает необходимость экономического обоснования величины торговой надбавки – ее минимально необходимого и максимально возможного уровня, т.е. установления возможных границ маневра предприятия в формировании своей ценовой политики.

Нижним пределом торговой надбавки выступают цены предложения товара на рынке, определяемые ценами его производителей, включая внутренние составляющие (суммы издержек обращения, налоговых платежей, входящих в цену товара, прибыли от реализации товаров). Верхним пределом формирования торговой надбавки являются цены спроса покупателей товара. Нижний предел торговой надбавки устанавливается на основе затратного подхода к ценообразованию, верхний предел – на основе рыночного подхода [20, с.100].

Проведем обоснование величины торговой наценки для ООО «Традиция» двумя способами: первый способ – с учетом покрытия минимально необходимых затрат – затратный метод, второй – на основе маржи, оптовой цены и себестоимости товаров – рыночный метод, а также определим возможный прирост прибыли от продаж при установлении максимально возможной торговой наценки (ее дальнейшее повышение нецелесообразно, т.к. спрос на товары предприятия начнет падать). Для этой цели составлена таблица 2.22.

Расчеты, выполненные в таблице 2.22 показывают, что в соответствии с затратным подходом, минимально необходимый уровень торговой наценки составит 37,20%. Именно такая торговая наценка позволит предприятию покрыть необходимые расходы (себестоимость закупаемых товаров и расходы на продажу) и обеспечить желаемый уровень прибыли.

Таблица 2.22 – Обоснование величины торговой наценки в ООО «Традиция»

В тысячах рублей

Показатели	Значения
Выручка от реализации товаров (В)	13931
Себестоимость реализованных товаров (С)	8714
Валовая маржа (валовая прибыль) (ВП)	5217
Издержки обращения (коммерческие расходы) (ИО)	4733
Прибыль от продаж (ПП)	484
Чистая прибыль (ПЧ)	382
Налог на прибыль (Н)	68
Уровень торговой надбавки в товарообороте, % ($ТН_1 = ВП / В \times 100$)	37,45
Уровень торговой надбавки в затратах, % ($ТН_2 = ВП / (С + ИО) \times 100$)	38,80
Торговая наценка, %:	
– минимально необходимая, рассчитанная затратным методом ($ТН_{min} = (ИО + ПЧ + Н) / В \times 100$)	37,20
– максимально возможная, рассчитанная рыночным методом ($ТН_{max} = (ТН_1 + ТН_2) / 2$)	38,13
Возможный прирост прибыли от продаж в величине:	
– относительной, % ($\Delta П\% = ТН_{max} - ТН_1$)	0,68
– абсолютной ($\Delta П = \Delta П\% \times ПП$)	3,3

В соответствии с рыночным подходом, максимально достаточная торговая наценка составит 38,13%. Результаты расчетов торговой наценки на товары представлены на рисунке 2.7.

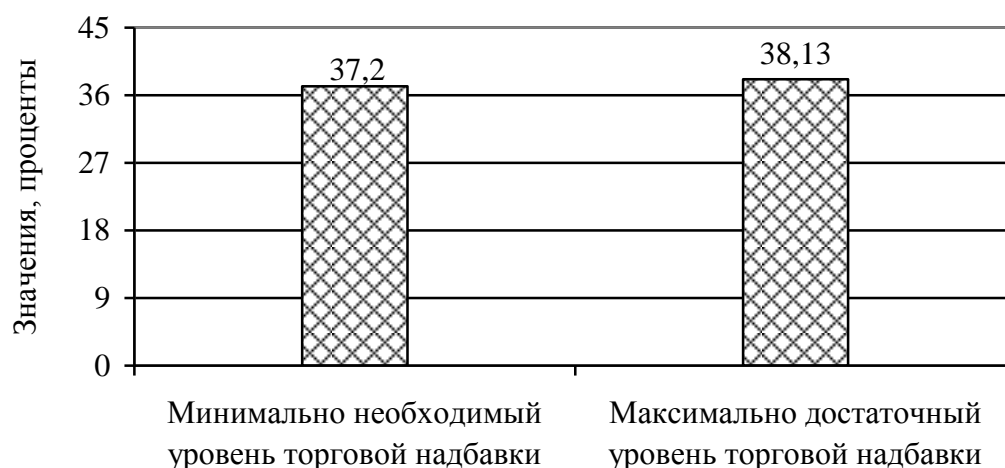


Рисунок 2.7 – Уровни торговых наценок, обеспечивающие маневренность ООО «Традиция» в области ценовой политики

Анализируя две полученные величины торговой наценки, приходим к выводу, что затратным методом полученная наценка составляет 37,20%, рыночным методом – 38,13%. Проведенные расчеты позволяют предприятию совершать маневры в установлении размера торговых наценок и в пределах этих торговых наценок строить свою ценовую политику. Ценовая политика предприятия должна строиться таким образом, чтобы уровень торговой наценки находился в пределах от 37,20 до 38,13%. При таком уровне торговых наценок предприятие сможет получить желаемую прибыль и поддерживать стабильные объемы продаж с учетом покупательского спроса. Выходить за верхний предел торговой надбавки крайне нежелательно, т.к. предприятие может проиграть в конкурентной борьбе за покупателя. Если рыночная ситуация позволит придерживаться максимальной торговой наценки, то предприятие сможет увеличить прибыль от продаж на 3,3 тысячи рублей или на 0,68%.

Обобщение проблем формирования финансового результата в ООО «Традиция» и путей их решения представлено в приложении Г. С учетом разработанных рекомендаций по совершенствованию процесса управления формированием финансовых результатов предприятия возможный прирост прибыли от продаж составит 93,3 тыс. руб. или 19,28%.

Выводы по разделу два

Анализ формирования финансового результата в ООО «Традиция» за период 2013-2015 гг. позволил сделать следующие выводы. Увеличение выручки от продажи товаров (товарооборота) на 8,66% в 2014 г. и на 7,21% в 2015 году происходило при более существенном увеличении себестоимости реализуемых товаров и снижении уровня валового дохода. Это отрицательно повлияло на рентабельность продаж, которая за три последних года сократилась с 3,56% до 3,47%. Кроме того, план по прибыли не выполнялся в течение 2013-2015 гг.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о недостаточно

эффективном управлении процессом формирования финансовых результатов и обобщить резервы роста прибыли:

- оптимизация ассортиментной структуры реализуемых товаров;
- снижение закупочных цен на реализуемые товары при соответствующем качестве товарных ресурсов;
- совершенствование ценовой политики торгового предприятия.

Для решения данных проблем разработаны мероприятия по совершенствованию процесса формирования финансового результата на предприятии. В частности, рекомендовано оптимизировать ассортиментную структуру продаж товаров за счет грамотного сочетания высокорентабельных товаров и товаров с высокой оборачиваемостью (экономический результат: увеличение прибыли от продаж на 15,5% и рентабельности продаж на 0,21%). Также рекомендовано проведение анализа рынка поставщиков с целью выбора оптимальных с точки зрения снижения затрат при соответствующем качестве товарных ресурсов (экономический результат: увеличение прибыли от продаж на 15 тыс. руб. или на 3,1%). В целях совершенствования ценовой политики торгового предприятия экономически обоснованы минимально необходимый (на основе затратного подхода к ценообразованию) и максимально достаточный (на основе рыночного подхода к ценообразованию) уровни торговых надбавок, в пределах которых предприятие сможет совершать маневры в установлении размера торговых наценок (экономический результат: увеличение прибыли от продаж на 3,3 тысячи рублей или на 0,68%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа посвящена анализу и оценке эффективности управления формированием финансовых результатов в ООО «Традиция».

Исследуемое предприятие осуществляет оптовую торговлю бытовой химией и другими хозяйственными товарами. Основная деятельность предприятия является низко рентабельной, так рентабельность продаж за 2013-2015 гг. снизилась с 3,56 до 3,47%. Высокая конкуренция на рынке при одновременном увеличении отпускных цен на реализуемые товары со стороны производителей сдерживают предприятие в установлении более высоких торговых надбавок. Предприятие балансирует на грани платежеспособности (коэффициент текущей ликвидности лишь немного превышает единицу (1,094 в 2015 г.)), минимальные требования финансовой устойчивости не выполняются.

Проведенный анализ позволил сделать выводы о недостаточно эффективном управлении процессом формирования финансовых результатов в ООО «Традиция». Эти выводы опираются на следующие тенденции в деятельности предприятия:

- 1) Предприятие наращивает выручку от продажи товаров (на 8,66% в 2014 г. и на 7,21% в 2015 г.). При этом удержать уровень себестоимости закупаемых для перепродажи товаров не удастся: так, затраты, приходящиеся на 1 рубль реализованных товаров, за анализируемый период возросли с 96,44 до 96,53 копеек, что обусловлено растущими отпускными ценами на товары со стороны предприятий-изготовителей.
- 2) Темпы прироста прибыли от продаж составили 7,28 и 5,91% соответственно в 2014 и 2015 гг., что ниже показателей, предусмотренных планом (на 16,91% в 2014 г. и на 3,78% в 2015 г.). Факторами негативного воздействия на прибыль от продаж явились увеличение себестоимости закупаемых товаров, неблагоприятные изменения в ассортиментной структуре товаров.

- 3) Анализ хозяйственного портфеля показал, что наибольший прирост прибыли получен от реализации таких товарных групп как бытовая и профессиональная химия, а также хозяйственные товары (около 70% в структуре прибыли от продаж в 2015 г.). Эти же товарные группы являются наиболее рентабельными.
- 4) На протяжении 2014-2015 гг. происходило снижение эффективности деятельности: рентабельность активов снизилась с 9,03 до 8,88%; рентабельность собственного капитала с 107,67 до 103,24%; рентабельность продаж с 3,52 до 3,47%.

В качестве положительных моментов в деятельности ООО «Традиция» следует выделить:

- 1) Увеличение запаса финансовой прочности (с 8,79% в 2013 г. до 9,28% в 2015 году), что позволяет сделать вывод о снижении риска хозяйствования.
- 2) Ускорение темпов экономического роста в 2015 г., что свидетельствует об ускорении наращивания собственного капитала за счет финансово-хозяйственной деятельности и о росте благосостояния собственников.

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно выделить следующие проблемы процесса формирования финансовых результатов в ООО «Традиция»:

- нерациональная структура товарного ассортимента;
- неэффективное управление закупками товаров;
- неэффективная ценовая политика предприятия.

На основании выявленных проблем можно обобщить основные резервы роста прибыли и повышения рентабельности ООО «Традиция»:

- оптимизация ассортиментной структуры реализуемых товаров;
- снижение закупочных цен на реализуемые товары при соответствующем качестве товарных ресурсов;
- совершенствование ценовой политики торгового предприятия.

Для решения данных проблем разработаны мероприятия по совершенствованию процесса формирования финансового результата в ООО «Традиция»:

- 1) Оптимизация ассортиментной структуры продаж товаров. За счет данного мероприятия прогнозируется увеличение прибыли от продаж на 15,5% и рентабельности продаж на 0,21%. Это становится возможным, благодаря грамотному сочетанию в ассортименте товаров с высокой рентабельностью, но относительно невысокой оборачиваемостью и менее рентабельных, но высоко оборачиваемых товаров.
- 2) Проведение анализа рынка поставщиков (с периодичностью не реже 2 раз в год) и выбор оптимальных с точки зрения снижения затрат при соответствующем качестве товарных ресурсов. Проведенный анализ поставщиков товарных ресурсов выявил возможные резервы увеличения прибыли от продаж в размере 15 тыс. руб. или на 3,1%.
- 3) Совершенствование ценовой политики за счет экономического обоснования величины торговых наценок на товары. С этой целью определены минимально необходимый и максимально достаточный уровень торговой надбавки, в пределах которых предприятие сможет совершать маневры в установлении размера торговых наценок. Нижним пределом торговой надбавки выступают цены предложения на товарном рынке, определяемые ценами его производителей, верхним пределом – цены спроса покупателей товара. Расчеты показали, что ценовая политика предприятия должна строиться таким образом, чтобы уровень торговой надбавки находился в пределах от 37,2% до 38,13%. При таком уровне цен предприятие сможет получить желаемую прибыль и не проиграть в конкурентной борьбе за покупателя. Возможный резерв роста прибыли от продаж составит 3,3 тыс. руб. или 0,68%.

Таким образом, все задачи решены, и цель выпускной квалификационной работы достигнута. Разработанные рекомендации по совершенствованию процесса формирования финансовых результатов в ООО «Традиция» являются эффективными, их реализация позволит предприятию обеспечить прирост прибыли от продаж на 93,3 тыс. руб. или на 19,28%.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Федеральный закон от 31 июля 1998 г. №146-ФЗ (редакция от 30 ноября 2016 г.) // СПС КонсультантПлюс.
- 2 Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99): утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. №32н (редакция от 6 апреля 2016 г.) // СПС КонсультантПлюс.
- 3 Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99): утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. №33н (редакция от 6 апреля 2015 г.) // СПС КонсультантПлюс.
- 4 Межгосударственный стандарт системы менеджмента качества ГОСТ ISO 9001–2011 // СПС «КонсультантПлюс».
- 5 Александров, О.А. Экономический анализ: учебное пособие / О.А. Александров, Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 288 с.
- 6 Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Н.Е. Зимин, В.Н. Солопова. – М.: КолосС, 2015. – 382 с.
- 7 Артеменко, В.Г. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.Г. Артеменко, В.В. Остапова. – М.: Омега-Л, 2012. – 270 с.
- 8 Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет: учебник / Ю.А. Бабаев [и др.]; под. ред. Ю.А. Бабаева. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. – 392 с.
- 9 Балашов, В.Г. Технологии повышения финансового результата предприятий и корпораций. Практика и методы: учебное пособие / В.Г. Балашов, В.А. Ириков. – М.: ПРИОР, 2014. – 512 с.
- 10 Банк, В.Р. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Р. Банк, С.В. Банк, А.В. Тараскина. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. – 344 с.
- 11 Батуев, М.В. Анализ финансового состояния / М.В. Батуев // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – № 2. – С.17–25.
- 12 Бланк, И.А. Управление прибылью: учебник / И.А. Бланк. – М.: Ника-

Центр, 2012. – 768 с.

13 Большаков, А.С. Финансовый менеджмент: теория и практика / А.С. Большаков, В.И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2014. – 368 с.

14 Бухгалтерский учет: учебник / под ред. Я.В. Соколова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2014. – 768 с.

15 Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: учебник / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. – Р-н/д: Дашков и К^о, 2014. – 304 с.

16 Васильева, Л.С. Финансовый анализ: учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. – М.: КНОРУС, 2016. – 544 с.

17 Глазунов, В.Н. Управление доходом фирмы: практические рекомендации / В.Н. Глазунов В.Н. – М.: Экономика, 2014. – 238 с.

18 Головнина, Л.А. Экономический анализ: учебник / Л.А. Головнина. – М.: КНОРУС, 2014. – 400 с.

19 Давыденко, Е.А. Проблемы организации финансового планирования и контроля на отечественных предприятиях / Е.А. Давыденко // Финансовый менеджмент. – 2012. – №2. – С.11–17.

20 Иванова, С.В. Ценовая конкурентоспособность предприятий торговли / С.В. Иванова // Российское предпринимательство. – 2013. – №11. – С.99–102.

21 Климова, Н.В. Методические подходы к формированию резервов роста прибыли с позиции экономического анализа и бухгалтерского учета / Н.В. Климова, С.А. Касьянова // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №16 – С.11–14.

22 Ковалев, В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: учебно-практическое пособие / В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2014. – 336 с.

23 Кодацкий, В.П. Прибыль. Теоретические основы прибыли. Прибыль субъектов хозяйствования. Распределение прибыли: учебное пособие / В.П. Кодацкий. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 128 с.

24 Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / под ред.

А П. Калинина. – СПб.: Лидер, 2015. – 569 с.

25 Кучерова, Е.В. Финансовый результат организации: бухгалтерский и налоговый учет: учебное пособие / Е.В. Кучерова, И.Г. Романчук. – М.: ГроссМедиа, 2015. – 100 с.

26 Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Д.В.Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 318 с.

27 Любушин, Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / Н.П. Любушин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 448 с.

28 Максименко, О.В. Финансовый менеджмент: Курс лекций. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2014. – 69 с.

29 Маркарьян, Э.А. Финансовый анализ: учебник / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – М.: КНОРУС, 2014. – 264 с.

30 Маркина, И.А. Оптимизация управления прибылью торговых предприятий на основе разработки системы управления прибылью / И.А. Маркина, В.Л. Воронина // Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – №3(24). – С.35–39.

31 Мельник, М.В. Экономический анализ в аудите: учебное пособие для студентов вузов / М.В. Мельник, В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 543 с.

32 Мицкевич А.А. Управление затратами и прибылью: учебное пособие / А.А. Мицкевич. – М.: Олма-Пресс, 2014. – 348 с.

33 Мишин, Ю.А. Управление затратами и результатами производственной деятельности: учебник / Ю.А. Мишин. – М.: Дело и Сервис, 2014. – 519 с.

34 Пещанская, И.В. Финансовый менеджмент: краткосрочная финансовая политика: учебное пособие для вузов / И.В. Пещанская. – М.: Издательство «Экзамен», 2015. – 256 с.

35 Пласкова, Н.С. Экономический анализ: учебник / Н.С. Пласкова. – М.: Эксмо, 2015. – 704 с.

36 Поляк, Г.Б. Финансовый менеджмент: учебник для вузов / Г.Б. Поляк. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 527 с.

37 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 272 с.

38 Савчук, В.П. Управление прибылью и бюджетирование: учебник / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 436 с.

39 Сизых, Н.В. Показатели самофинансирования компании: методы оценки и практическое применение / Н.В. Сизых, Д.С. Сизых // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – №5(239). – С.29–41.

40 Филатова, В.Н. Бухгалтерский учет для руководителей и предпринимателей: практическое пособие / В.Е. Филатова. – СПб.: БХВ-Петербург, 2015. – 288 с.

41 Финансы предприятий: учебник для вузов / Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова и др.; под ред. проф. Н.В. Колчиной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 447 с.

42 Шаланов, Н.В. Оптимизация структуры товарооборота торговой организации / Н.В. Шаланов, ЛИ. Васечко. – Новосибирск: НГТУ, 2013. – С.106–109.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Аналитический бухгалтерский баланс ООО «Традиция»

за 2013-2015 годы

В тысячах рублей

Статьи баланса	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %		Удельный вес по годам, %			Отклонение удельного веса по годам	
	2013	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015
Внеоборотные активы, всего	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Оборотные активы, всего, в том числе:	4077	4197	4300	120	103	2,94	2,45	100	100	100	0	0
– запасы	2012	2165	2232	153	692	7,60	31,96	49,35	51,58	51,91	2,23	0,33
– дебиторская задолженность	1709	1540	1526	-169	-14	-9,89	-0,91	41,92	36,70	35,49	-5,22	-1,21
– денежные средства и денежные эквиваленты	356	492	542	136	50	38,20	10,16	8,73	11,72	12,60	2,99	0,88
Баланс	4077	4197	4300	120	103	2,94	2,45	100	100	100	0	0
Капитал и резервы	344	352	370	8	18	2,33	5,11	8,44	8,39	8,60	-0,05	0,21
Долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Краткосрочные обязательства, всего, в том числе:	3733	3845	3930	112	85	3,00	2,21	91,56	91,61	91,4	0,05	-0,21
– заемные средства	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
– кредиторская задолженность	3733	3845	3930	112	85	3,00	2,21	91,56	91,61	91,4	0,05	-0,21
Баланс	4077	4197	4300	120	103	2,94	2,45	100	100	100	0	0

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Аналитический отчет о финансовых результатах ООО «Традиция»
за 2013-2015 годы

В тысячах рублей

Статьи баланса	Период, годы			Отклонение по годам		Темп прироста по годам, %		Удельный вес по годам, %			Отклонение удельного веса по годам	
	2013	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015
Выручка	11958	12994	13931	1036	937	8,66	7,21	100	100	100	0	0
Себестоимость продаж	7118	7964	8714	846	750	11,89	9,42	59,53	61,29	62,55	1,76	1,26
Валовая прибыль	4840	5030	5217	190	187	3,93	3,72	40,47	38,71	37,45	-1,76	-1,26
Коммерческие расходы	4414	4573	4733	159	160	3,60	3,50	36,91	35,19	33,98	-1,72	-1,21
Прибыль от продаж	426	457	484	31	27	7,28	5,91	3,56	3,52	3,47	-0,04	-0,05
Прочие доходы	7	11	0	4	-4	57,14	0	0,06	0,08	0	0,02	-0,02
Прочие расходы	29	22	34	-7	12	-24,14	54,55	0,24	0,17	0,24	-0,07	0,07
Прибыль до налогообложения	404	446	450	42	4	10,40	0,90	3,38	3,43	3,23	0,05	-0,20
Налог на прибыль	61	67	68	6	1	9,84	1,49	0,51	0,52	0,49	0,01	-0,03
Чистая прибыль	343	379	382	36	3	10,50	0,79	2,87	2,92	2,74	0,05	-0,18

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица В.1 – Факторный анализ прибыли от продаж ООО «Традиция»

за 2013-2015 годы

В тысячах рублей

Показатели	Обозначение, расчет	Период, годы		
		2013	2014	2015
Индекс цен на товары, реализуемые предприятием	I	1,061	1,066	1,066
Выручка от продаж в ценах:				
– действующих	Q	11958	12994	13931
– сопоставимых	$Q_{\text{соп}} = Q / I$	11270	12189	13068
Полная себестоимость продаж в ценах:				
– действующих	S	11532	12537	13447
– сопоставимых	$S_{\text{соп}} = S / I$	10869	11761	12614
Прибыль от продаж в ценах:				
– действующих	P	426	457	484
– сопоставимых	$P_{\text{соп}} = Q_{\text{соп}} - S_{\text{соп}}$	401	428	454
Коэффициент изменения объема реализации	$K = Q_1 / Q_0$	1,0000	1,0866	1,0721
Изменение прибыли от продаж, всего, в том числе за счет изменения:	$\Delta P = \Delta P_{(Q)} + \Delta P_{(СТР)} + \Delta P_{(S)} + \Delta P_{(Z)}$		31	27
– объема реализации товаров	$\Delta P_{(Q)} = P_0 \times K - P_0$		37	33
– ассортимента проданных товаров	$\Delta P_{(СТР)} = P_{\text{соп}} - P_0 \times K$		-35	-36
– полной себестоимости проданных товаров	$\Delta P_{(S)} = S_1 - S_{\text{соп}}$		-776	-833
– отпускных цен на товары	$\Delta P_{(Z)} = Q_1 - Q_{\text{соп}}$		805	863

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблица Г.1 – Обобщение проблем формирования финансовых результатов
в ООО «Традиция» и путей их решения

Проблемы	Пути решения	Экономический эффект
Нерациональная структура товарного ассортимента	Оптимизация ассортиментной структуры продаж товаров за счет грамотного сочетания в ассортименте товаров с высокой рентабельностью, но относительно невысокой оборачиваемостью и менее рентабельных, но высоко оборачиваемых товаров	Увеличение прибыли от продаж на 75 тыс. руб. или на 15,5% и рентабельности продаж на 0,21%
Неэффективное управление закупками товаров	Снижение закупочных цен на реализуемые товары за счет проведения анализа рынка поставщиков и выбора оптимальных поставщиков с точки зрения снижения затрат при соответствующем качестве товарных ресурсов	Увеличение прибыли от продаж на 15 тыс. руб. или на 3,1%
Неэффективная ценовая политика предприятия	Совершенствование ценовой политики за счет экономического обоснования величины торговых наценок на товары	Увеличение прибыли от продаж на 3,3 тыс. руб. или на 0,68%
Итого	Увеличение прибыли от продаж на 93,3 тыс. руб. или на 19,28%	