

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 «Логистики и экономика торговли»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, к.э.н., доцент

_____ / А.Б.Левина

« ____ » _____ 2017 г.

Анализ и повышение уровня прибыли предприятия ООО «ТД Инвест-Трейд»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

ЮУрГУ – 38.03.01. 2017. 698. ПЗ ВКР

Руководитель, доцент, к.э.н.

_____ / М.В.Лысенко

« ____ » _____ 2017 г.

Автор работы,

студент группы ЭУ – 553

_____ / Н.В. Чернова

« ____ » _____ 2017 г.

Нормоконтролер, доцент, к.э.н.

_____ / А.Б.Васильевский

« ____ » _____ 2017г.

Челябинск 2017

АННОТАЦИЯ

Чернова Н.Ф. Прибыль предприятия: анализ формирования, пути повышения и эффективность использования на примере ООО «Торговый дом Инвест-Трейд». – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУз-553, 2017. – 81 с., 23 ил., 40 табл., библиографический список – 53наим.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий для повышения прибыли и дальнейшего развития ООО «Торговый дом Инвест-Трейд».

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

Во второй части по данным коммерческого предприятия ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» проведён анализ прибыли. Результаты исследования позволили выявить текущие проблемы предприятия по данному вопросу.

.Третья часть представляет собой решение выявленных проблем низкой нормы прибыли предприятия. Повышение прибыли предприятия предложено достичь на основе расширения видов хозяйственной деятельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд». Экономическое обоснование рекомендаций подтвердило целесообразность проекта.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	8
1.1 Экономическая сущность и функции, виды прибыли и рентабельности предприятия. Пути формирования прибыли предприятия.....	8
1.2 Методика анализа прибыли в отечественной и зарубежной практике	16
1.3 Пути повышения прибыли и уровня рентабельности.....	21
2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ИНВЕСТ-ТРЕЙД».....	29
2.1 Организационная характеристика предприятия	29
2.2 Анализ показателей прибыли и рентабельности	32
2.3 Факторный анализ прибыли и рентабельности предприятия	48
3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ИНВЕСТ-ТРЕЙД».....	55
3.1 Проблемы, выявленные в ходе анализа прибыли.....	55
3.2 Программа оптимизации работ по увеличению прибыли и рентабельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»	58
3.3 Расчет экономического эффекта от внедрения предложенных мероприятий	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	71
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	75
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	79
ПРИЛОЖЕНИЕ А	79
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	80

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Одним из основных требований успешного функционирования предприятий и их ассоциаций в рыночной экономике выступает безубыточная основная (текущая) и другая деятельность, окупаемость расходов полученными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Главной задачей предприятия является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия.

В настоящее время главным критерием оценки эффективности деятельности любого предприятия является его прибыльность и рентабельность. Достижению его высокого уровня способствует глубокое экономическое исследование формирования финансовых результатов деятельности как основы принятия взвешенных решений по их экономическому регулированию, влиянию ряда факторов, которые формируют такие результаты.

Прибыль – многозначная экономическая категория. От глубины ее познания иррациональности использования зависит эффективность коммерческого расчета, ценообразования и других экономических рычагов хозяйствования. Являясь источником производственного и социального развития, прибыль занимает ведущее место в обеспечении самофинансирования предприятий и объединений, возможности которых определяются тем, насколько доход превышает затраты.

Прибыль занимает одно из центральных мест в общей системе стоимостных показателей и рычагов управления экономикой. Она является мерилom оценки деятельности предприятия, источником его развития, самофинансирования, материального поощрения труда работников, выступает источником вознаграждения владельцам акций, паев в уставном капитале предприятия, пополнения государственного и местных бюджетов.

Неотъемлемой частью работы хозяйствующих субъектов является

проведение анализа прибыли и рентабельности. Результатом проведения данного анализа является выявление ошибок в хозяйственной деятельности, формирование перечня мер, рекомендуемых руководству с целью выявления резервов повышения прибыли. Исходя из данных предпосылок, тема настоящего исследования актуальна тем, что только на основе грамотно проведенных аналитических процедур по выявлению резервов повышения прибыли возможно повышение уровня получаемых доходов.

Цель работы – разработать оптимизационные мероприятия по повышению прибыли ООО «Торговый дом Инвест-Трейд».

В соответствии с поставленной целью решены следующие задачи:

- изучить теоретические и методические аспекты анализа прибыли;
- провести диагностику уровня прибыли и рентабельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»;
- разработать оптимизационные мероприятия по увеличению прибыли и рентабельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд».

Объект работы – ООО «Торговый дом Инвест-Трейд», основным видом деятельности которого является оптовая и розничная продажа пластиковых и алюминиевых профилей и комплектующих для производства окон.

Исследование проведено методами сравнения, синтеза и анализа.

Информационными источниками данной работы являются труды отечественных авторов, таких как И. А. Бланк, Г. В. Савицкая, Е. С. Стоянова и В. В. Ковалев, И. В. Медведевой. Используются законодательные и другие нормативные акты РФ, материалы периодической печати, а также бухгалтерская отчетность ООО «Торговый дом Инвест-Трейд».

Работа состоит из трех разделов, введения и заключения.

Во введении обоснована актуальность исследования, поставлена цель и задачи работы.

В первом разделе раскрыта сущность прибыли, перечислены ее виды и функции, способы ее формирования. На основе трудов зарубежных и отечественных экономистов рассмотрена методика анализа прибыли, а также

перечислены основные способы повышения прибыли и уровня рентабельности.

Второй раздел представляет собой анализ фактических данных производственного предприятия ООО «Торговый дом Инвест-Трейд».

В третьем разделе на основе анализа прибыли предприятия, уровня его рентабельности сформулированы выводы о текущем положении дел с целью разработки программы оптимизации работ по увеличению прибыли, проведено экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Экономическая сущность и функции, виды прибыли и рентабельности предприятия. Пути формирования прибыли предприятия

Получение доходов всегда связано с использованием производственных ресурсов, с издержками, в результате чего происходит уменьшение активов, то есть возникают расходы. К ним относятся расходы, связанные с приобретением материалов, товаров и других запасов; расходы, возникающие в процессе переработки материально-производственных запасов и продажи готовой продукции, в том числе расходы по содержанию и эксплуатации основных средств и прочих внеоборотных активов; коммерческие и управленческие расходы. Группировка расходов осуществляется по следующим элементам затрат: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных средств, прочие затраты [17, с. 12].

Превышение доходов над расходами образует прибыль от обычных видов деятельности (прибыль от реализации); в противном случае образуется убыток.

Прибыль, как экономическая категория не имеет в настоящее время единой трактовки, так как различные экономисты дают разное определение. С каждым годом на фоне постоянных изменений в законодательстве, рынке данное понятие трансформируется. Рассмотрим разные мнения экономистов понятия «прибыль» (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Научные взгляды на сущность категории «прибыль»

Авторы (источник) определения	Определение
Толковый словарь русского языка С. И. Ожегов и Н. Ю. Шведова [27]	Прибыль – сумма, на которую доход, выручка превышают затраты на экономическую деятельность, на производство товара
Большой экономический словарь [15]	Прибыль – превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров. Исчисляется как разность между выручкой от реализации продукта

Окончание таблицы 1.1

Авторы (источник) определения	Определение
	хозяйственной деятельности и суммой затрат факторов производства на эту деятельность в денежном выражении
В.С. Артамонов, А.И. Попов, С. А. Иванов, Н.И. Уткин [7]	Прибыль – основной итоговый показатель, характеризующий результаты деятельности предприятия, представляющий собой превышение доходов над расходами
В.С. Прохоровский, Л.Н. Чайникова [31, с. 44]	Основной источник финансовых ресурсов предприятия, связанный с получением валового дохода
Д. С. Моляков [26]	Большая часть денежных накоплений реализуется в форме прибыли. По экономическому содержанию прибыль – денежное выражение части стоимости прибавочного продукта
И. А. Бланк [14]	Прибыль – выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предприятием деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности
Н. Б. Клишевич [32]	Прибыль – конечный положительный финансовый результат организации, представляющий собой реализованную часть чистого дохода, созданного прибавочным трудом

Оценка приведенных определений представлена в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Оценка понятия «прибыль»

Авторы (источник) определения	Определение	Оценка определения
Толковый словарь русского языка С. И. Ожегов и Н. Ю. Шведова	Прибыль – сумма, на которую доход, выручка превышают затраты на экономическую деятельность, на производство товара	Определение построено на основе налогового и бухгалтерского законодательства. Прибыль согласно налогового и бухгалтерского законодательства отражает фактический денежный поток, но не показывает фактических изменений в стоимости активов. Кроме того, не учитывается фактор инфляции.
Большой экономический словарь	Прибыль – превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров. Исчисляется как разность между выручкой от реализации продукта хозяйственной деятельности и суммой затрат факторов производства на эту деятельность в денежном выражении	Бухгалтерская прибыль отражает потери акционеров, но не отражает компенсирующую ее прибыль
В.С. Артамонов, А.И. Попов, С. А. Иванов, Н.И. Уткин	Прибыль – основной итоговый показатель, характеризующий результаты деятельности предприятия,	

Окончание таблицы 1.2

Авторы (источник) определения	Определение	Оценка определения
	представляющий собой превышение доходов над расходами	
В.С. Прохоровский, Л.Н. Чайникова	Основной источник финансовых ресурсов предприятия, связанный с получением валового дохода	Недостаточно характеризует понятие прибыли
Д. С. Моляков	Большая часть денежных накоплений реализуется в форме прибыли. По экономическому содержанию прибыль – денежное выражение части стоимости прибавочного продукта	Склоняются к марксистскому подходу и рассматривают прибыль с позиции теории трудовой стоимости. В рыночной экономике прибыль не может быть «частью стоимости прибавочного продукта» не только с теоретических позиций, но и с позиций хозяйственной практики
Н. Б. Клишевич	Прибыль – конечный положительный финансовый результат организации, представляющий собой реализованную часть чистого дохода, созданного прибавочным трудом	
И. А. Бланк	Прибыль – выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предприятием деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности	Наиболее полно характеризует понятие прибыли

Таким образом, можно сделать вывод, что характеристика понятия прибыль – сложное экономическое явление и процесс, так как каждый из перечисленных ученых характеризует одну его сторону, что приводит к многозначности данного термина.

Изложенное позволило сформировать собственное мнение понятия прибыль. Прибылью можно назвать такую экономическую категорию, которая представляет собой некий сводный показатель оценки финансовых результатов

хозяйственной деятельности субъекта, определяемый на основе разницы между суммой выручки от продажи продукции (работ, услуг) и затратами на ее производство и продажу в стоимостном выражении.

Комплексным, интегральным показателем экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия выступает рентабельность. Если предприятие получает прибыль, оно считается рентабельным. Показатели рентабельности, применяемые в экономических расчетах, характеризуют относительную прибыльность.

Ожидаемый уровень рентабельности и ее фактический уровень не всегда тождественны, в связи с этим данный показатель выполняет ряд функций:

- а) ожидаемый уровень рентабельности – основа принятия инвестиционных решений;
- б) фактический уровень рентабельности – это измеритель результата хозяйственной деятельности предприятия;
- в) определенная доля полученной рентабельности выступает как источник самофинансирования предприятия;
- г) является вознаграждением собственников предприятия.

Позиции рассмотрения рентабельности две: это объективная экономическая категория и показатель, отражающий количественные и качественные факторы.

Объективно, рентабельность показывает уровень доходности хозяйственной деятельности предприятия.

Экономическая теория рассматривает рентабельность с разных позиций:

- а) отношение полезного результата торговой деятельности в виде рентабельности к стоимости совокупных затрат на ее получение;
- б) позволяет сопоставлять результаты хозяйственной деятельности с затратами или ресурсами, исчисленными в денежной форме;
- в) интегральный показатель, который позволяет обобщить другие показатели эффективности.

Так, по мнению А.И. Бланка [7, с. 121], под рентабельностью понимается доходность, прибыльность предприятия. Способ расчета прост – это

отношение валового дохода с прибылью с затратами или используемыми ресурсами. На основе анализа средних уровней рентабельности можно определить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают большую доходность. Это становится особенно важным в современных, рыночных условиях, где финансовая устойчивость предприятия зависит от специализации и концентрации производства.

По мнению Шеремета А.Д. [42, с. 194], рентабельность – показатель эффективности единовременных и текущих затрат. Формула ее расчета следующая: в числителе используется прибыль, в знаменателе – единовременные и текущие затраты, которые и позволили получить эту самую прибыль.

Ковалев В.В. характеризует рентабельность, как основной показатель, характеризующий эффективность производства, которое в свою очередь выражается в увеличении благосостояния страны. Уровень оптимального использования ресурсов и выступает уровне эффективности производства.

Особая роль в росте эффективности производства принадлежит интенсификации производства, которая представляет собой процесс совершенствования использования всех ресурсов, что выражается в усилении напряженности производственного процесса в единицу времени.

Савицкая С.В. [35, с. 425] пишет, что поскольку рентабельность – показатель эффективности, то его используют для оценки нескольких разновидностей показателей. Так, рентабельность производства характеризует результативность использования имущества предприятий и определяется делением прибыли до налогообложения к средней стоимости имущества (сумме основного и оборотного капитала) за год.

Рентабельность – важная характеристика совокупности факторов, влияющих на формирование прибыли (выручки) предприятия. Именно поэтому показатели рентабельности – обязательный элемент в сравнительном анализе и оценке финансового состояния предприятий. В ходе проведения анализа производственных мощностей рентабельность применяется в виде инструмента

инвестиционной политики и ценообразования.

Анализ литературных источников показала, что рентабельность имеет несколько понятий [8, с. 155]. Одним из определений рентабельности в переводе с немецкого языка является доходный, прибыльный. В целом рентабельность характеризуют как экономическую эффективность производственного процесса на предприятии, в частности использования совокупности материальных, трудовых и денежных ресурсов.

Более точное определение рентабельности, по мнению ряда авторов, – отношение прибыли к себестоимости, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества компании. В любом случае, рентабельность соотносит доходы и капитал, который вложен в создание этого дохода. Отражая взаимосвязь прибыли и вложенного капитала, рентабельность дает сравнительную оценку уровня доходности предприятия с любыми другими способами использования капитала или уровня доходности при одинаковых условиях риска. При этом получение более высокого уровня прибыли, возможно, при более рискованных инвестициях. Использование капитала осуществляется с целью получения прибыли, поэтому, чтобы измерить уровень доходности полученной прибыли, которая является вознаграждением за риск, необходимо сопоставить ее с капиталом.

Рентабельность также является показателем качества управленческих решений, так как залог успеха, получения значительной прибыли взаимосвязано с эффективным управлением предприятия.

Неотъемлемой составной частью финансового механизма предприятия является механизм формирования прибыли, который представляет собой совокупность конкретных форм и методов организации и реализации финансовых отношений по поводу формирования прибыли; финансовых органов и их структурных подразделений, непосредственно осуществляющих процесс формирования прибыли, а также нормативно-правовых документов, регламентирующих процессы формирования фондов денежных средств предприятия [12, с. 236].

В. С. Прохоровский, Л. Н. Чайникова [31, с. 45] механизм формирования прибыли предприятия представили в виде схемы (рисунок 1.1).

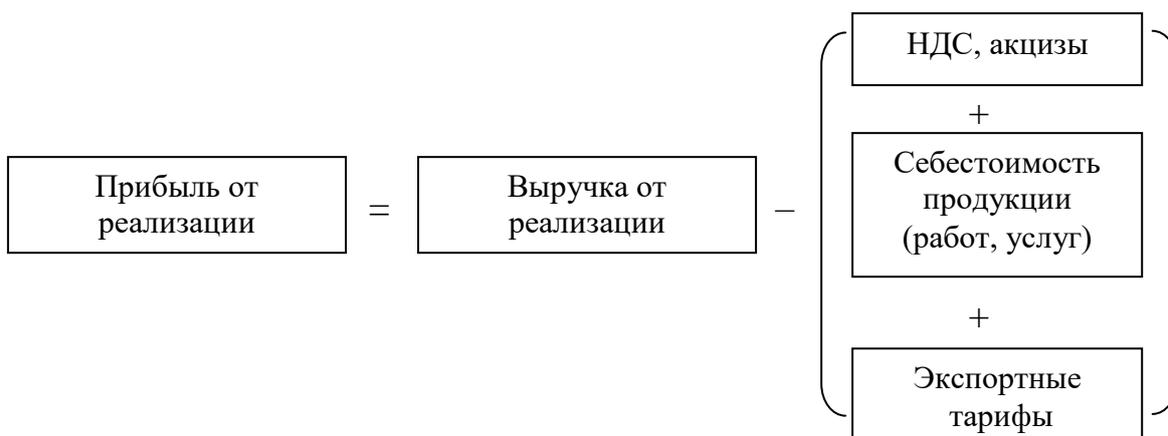


Рисунок 1.1– Схема формирования прибыли (убытка) от реализации продукции предприятия

Таким образом, прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации в действующих ценах без НДС и акцизов и затратами на производство и реализацию продукции. Предприятия, осуществляющие экспортную деятельность, при начислении прибыли из выручки от реализации продукции исключают экспортные тарифы.

По мнению В. В. Ковалева [21, с. 369 – 370] алгоритм формирования прибыли представляет собой последовательное включение различных видов доходов и расходов. Это позволяет обособить промежуточные показатели прибыли и идентифицировать лиц, для которых они являются целевыми ориентирами. Все эти показатели рассчитываются по итогам отчетного периода (года). Они используются для характеристики результативности работы предприятия, а также служат исходными данными для расчета различных показателей доходности, прибыльности и рентабельности.

Вторая составляющая валовой прибыли предприятия – прибыль от реализации основных фондов и иного имущества.

Третья составляющая валовой прибыли – прибыль от внереализационных операций, то есть от операций, непосредственно несвязанных с основной деятельностью: сдача имущества в аренду, доходы по ценным бумагам

предприятия, превышение суммы полученных штрафов над уплаченными, прибыль от совместной деятельности, прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году и др.

Затем, после уплаты налогов, предприятие формирует чистую прибыль по итогам всей хозяйственной деятельности за период (рисунок 1.2).

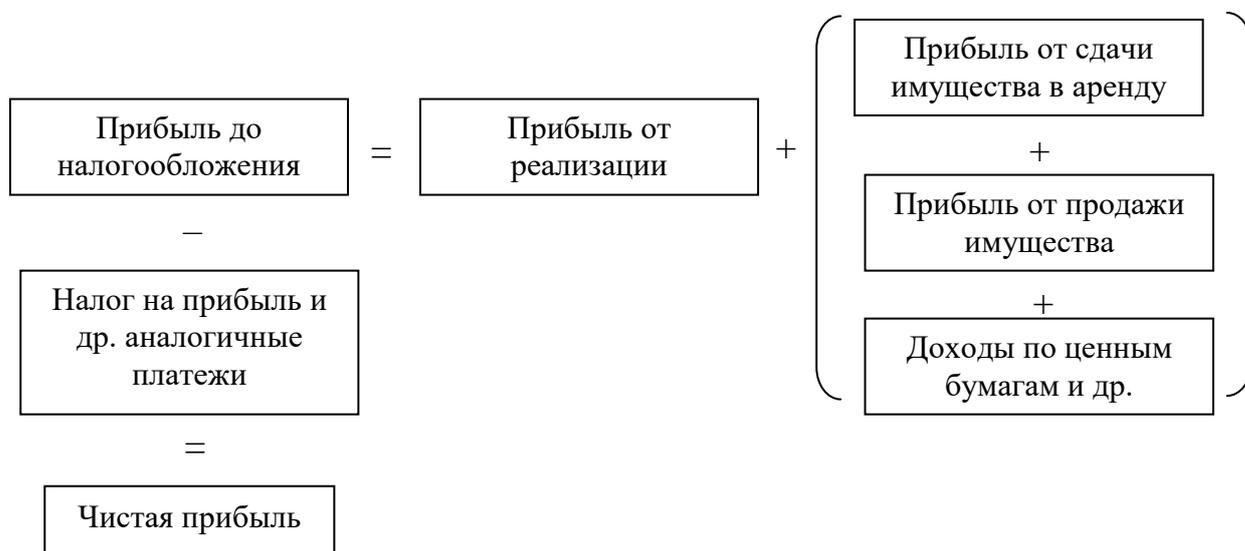


Рисунок 1.2 – Схема формирования чистой прибыли предприятия

Таким образом, рассмотрение различных подходов, связанных с определением экономической природы прибыли показало, что экономическая литература не содержит единого понимания категории «прибыль». Все перечисленные выше точки зрения взаимодополняют друг друга. Изучая подходы определения данного экономического показателя, было установлено, что порядок его исчисления зависит от цели заинтересованных пользователей, от способов признания доходов и расходов. Некоторая сложность в изучении понятия прибыль в экономической литературе и на практике возникает в связи с тем, что разные авторы применяют многообразные общеупотребительные термины, характеризующие виды прибыли предприятий.

Рентабельность является одной из базовых экономических категорий экономики. Толкование термина «рентабельность» не вызывает особых разногласий, поскольку под ним понимается отношение, в числителе которого всегда фигурирует прибыль.

1.2 Методика анализа прибыли в отечественной и зарубежной практике

Получению прибыли предшествуют различные аналитические процедуры, цель которых выявить факторы ее получения, установить причины ее изменения. Отечественная методика анализа прибыли, как правило, сводится к решению следующих задач: изучение динамики прибыли до налогообложения и ее составных элементов в абсолютном и относительном выражении; оценка вклада каждого составного элемента в формирование общего финансового результата; оценка изменений в структуре прибыли; оценить уровень воспроизводственной политике предприятия исходя из величины и удельному весу чистой прибыли.

Оценка состава и структуры прибыли дает возможность сформирование предварительные выводы о значении выручки от продаж и себестоимости в формировании прибыли от продаж. Основными факторами в данном случае выступают следующие: удельный вес «затратных» показателей в выручке, которые свидетельствуют об изменениях рентабельности продаж; оценка уровня и динамики рентабельности продукции в виде соотношения себестоимости и прибыли; оценка темпов роста выручки и всех затрат и их соотношение;

Неэффективная политика управления затратами и прибылью прослеживается в случае, если доля затрат вы выручке от продаж расчет, темп их роста опережает темп роста выручки от продаж.

Факторы, которые влияют на изменение прибыли (объем, структура, себестоимость продукции, цены на нее, ставки и тарифы на услуги в составе накладных расходов) являются основанием для принятия управленческих решений, направленных на достижение максимального положительного эффекта, а именно: увеличение суммы прибыли в результате оптимального соотношения выручки, отпускных цен и себестоимости продукции на основе: изменения объемов продаж в натуральном выражении, изменения цен; снижения затрат на производство продукции, повышения уровня контроля

расчетов с дебиторами; оптимизировать величину и структуру прибыли до налогообложения на основе совершенствования учетной политики (изменение методов оценки, перераспределения доходов и расходов во времени, выбор оптимальных вариантов списания убытков); повысить рентабельность за счет оптимального уровня прибыли на единицу продукции и ее себестоимости, контроля соотношения изменения уровня инфляции по элементам затрат и повышения цен на продукцию, применения ресурсосберегающих техник и технологий, формирования портфеля наиболее рентабельных заказов.

Наиболее распространенный способ оценки факторов, влияющих на прибыль от продаж, используемый в отечественной практике, представлен в виде формулы (1):

$$R_{\text{пр}} = B - C/\text{сть} - K_p - Y_p, \quad (1)$$

где B – выручка от продаж;

$C/\text{сть}$ – себестоимость продаж;

K_p – коммерческие расходы;

Y_p – управленческие расходы.

Оценка влияния факторов происходит в следующем порядке: оценка влияния изменения выручки от продаж, затем себестоимости, коммерческих и управленческих расходов. Методов абсолютных разниц выявление изменение по каждому фактору.

Обобщение влияния факторов, влияющих на прибыль от продаж, представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Общее влияние факторов на прибыль от продаж

Факторы	Величина влияния фактора	Удельный вес факторов, %
Выручка	$\Delta R(B)$	$\Delta R(B) / \Delta R$
Себестоимость	$\Delta R(C/\text{сть})$	$\Delta R(C/\text{сть}) / \Delta R$
Коммерческие расходы Δ	$\Delta R(K_p)$	$\Delta R(K_p) / \Delta R$
Управленческие расходы	$\Delta R(Y_p)$	$\Delta R(Y_p) / \Delta R$
Итого	ΔR	100,00

Дальнейший анализ прибыли необходимо провесит с целью изучения факторов, влияющих на прибыль до налогообложения. Основными факторами в

данном случае являются все доходы и расходы. Общий порядок анализа представлен в виде формулы (2):

$$\Delta\Pi_{\text{ч}} = \Delta\text{Д} - \Delta\text{Р}, \quad (2)$$

где $\Delta\Pi_{\text{ч}}$ – изменение чистой прибыли;

$\Delta\text{Д}$ – изменение суммы доходов организации;

$\Delta\text{Р}$ – изменение суммы расходов организации.

Прибыль не может рассматриваться в качестве единственного и универсального показателя финансовых результатов. Для оценки интенсивности и эффективности производственного развития предприятия в практике экономической работы широко используется система показателей рентабельности.

Рассматривая зарубежные методики анализа прибыли, необходимо отметить, что экономисты не останавливаются на одном или двух показателях, они анализируют сразу несколько показателей прибыли. Отечественная методика анализа прибыли предполагает использование в основном данных отчета о финансовых результатах, однако зарубежные экономисты кроме той информации, которая отражается в отчете о финансовых результатах, используют и другие индикаторы: размер фактически полученной прибыли; величина реальной прибыли, то есть номинальной прибыли, скорректированной на уровень ежегодной инфляции; минимальный уровень прибыли, то есть прибыли после налогообложения, которая показывает минимальный уровень прибыли на вложенные ресурсы, равный средней процентной банковской ставке по депозиту за анализируемый период; величина нормальной прибыли, которая соответствует средней норме прибыли на капитал и представляет собой минимальную сумму вознаграждения собственника, позволяющая удержать его в данной отрасли; целевая прибыль, которая осталась после выплат в бюджет в виде налогов и соответствует потребностям предприятия для социального и производственного развития; максимальная прибыль, размер которой был установлен руководством и ориентирован на получение притока финансовых

ресурсов за определенный промежуток времени. Предприятие получает данную прибыль при условии, что граничные доходы равны граничным затратам; определенная сумма недополученной прибыли, так называемые издержки упущенных возможностей, то есть те доходы, которые могли бы быть получены предприятием при условии более выгодного использования ресурсов, которые ей принадлежат; наличный поток, определяемый как сумма чистой прибыли, амортизации, отчислений в фонд выбытия. Фонд выбытия формируется в результате (выбытие не подлежащих амортизации активов – запасов, либо подлежащих амортизации, но попадающих под чрезвычайное обесценивание); показатели уровня валового и чистого самофинансирования. Валовый уровень представляет собой разницу между потоком наличности и распределяемой прибыли, чистый – путем вычитания из валового самофинансирования амортизационных отчислений и отчислений в резервы; предпринимательская прибыль (доход) – сумма потока наличности, налога на корпорации, суммы отчислений в прочие резервные фонды (за вычетом той суммы, содержащейся в потоке наличности), финансовых издержек по долгосрочным обязательствам за вычетом прочей прибыли и доходов от финансовых операций.

По мнению зарубежных экономистов, балансовая прибыль менее точна, чем предпринимательский доход. Экономисты анализируют в рамках текущего анализа прибыли. При этом одновременно применяется оперативный анализ, информационным источником которого совокупность первичного учета и результаты наблюдения за рабочим процессом каждого отдела и каждого работника, результаты бесед с контрагентами.

Помимо этого, за рубежом практикуется проведение прогнозного анализа прибыли на основе оценки индикаторов, рассчитанных на перспективу (за месяц, квартал, год, 2–3 года, 5 лет и более). Анализ проводится в сравнении данных с плановыми значениями и значениями за прошлые периоды при условии сопоставимости анализируемых данных отсутствия влияния инфляции. Такой анализ позволяет сформировать вывод о достижении запланированных

результатов – получена ли прогнозная сумма прибыли, причины невыполнения планов, виновники невыполнения тех или иных показателей.

Одной из самых распространённых методик является маржинальный анализ. Основной данной техники является использование такой экономической категории, как маржинальный доход. Под маржинальным доходом понимается совокупность прибыли и постоянных затрат. Исходя из этого, сумма прибыли рассчитывается по формуле (3):

$$\text{Пр} = \text{МД} - \text{З}_{\text{пост}}, \quad (3)$$

Где МД – маржинальный доход;

$\text{З}_{\text{пост}}$ – постоянные затраты.

Для расчета суммы прибыли также можно применять объем выручки от продаж и долю маржинального дохода в ней. Поэтому прибыль можно определить по формуле (4):

$$\text{П} = \text{К} * \text{Дс} - \text{Н} = \text{К} * (\text{Ц} - \text{З}_{\text{пер}}) - \text{Н}, \quad (4)$$

где К – объем реализуемой продукции;

$\text{З}_{\text{пер}}$ – переменные затраты на единицу продукции;

Дс – ставка маржинального дохода ($\text{Ц} - \text{З}_{\text{пер}}$);

Ц – цена за единицу продукции.

Анализируя влияния факторов на прибыль, проводится анализ изменения объемов произведенной продукции в натуральном выражении, отпускной цены, удельный переменных затрат и общей суммы постоянных затрат. Если предприятие функционирует в многономенклатурной отрасли, рассматривается влияние структуры проданной продукции.

Преимуществом данной методики анализа прибыли является возможность учесть взаимосвязь таких элементов, как объем продаж, издержки и прибыль, так как позволяет обеспечить точный расчет влияния каждого фактора, а, значит, повысить уровень прогноза и составления плановых показателей финансовых результатов.

Таким образом, рассмотрев отечественную и зарубежную методики анализа прибыли и рентабельности, можно отметить, что наблюдается определенное

отличие в перечне показателей для определения прибыльности и рентабельности предприятий и методах расчета подобных показателей. Кроме того, выходные данные (финансовая отчетность) для расчета данных показателей отличаются от отечественной финансовой отчетности, что вызвано различиями в проведении учета операций в процессе производственной деятельности предприятия.

1.3 Пути повышения прибыли и уровня рентабельности

Главной и первоочередной задачей предприятий, в частности и в отрасли торговли, все также остается максимизация прибыли. Чтобы осуществить это предприятие должно обеспечить всемерное удовлетворение потребностей народного хозяйства и граждан в его продукции, работах и услугах с высокими потребительскими свойствами и качеством при минимальных затратах, тем самым увеличивая вклад в ускорение социально-экономического развития страны. С целью максимального увеличения прибыли производители должны рационально расходовать производственные ресурсы, применять технические и организационные нововведения, снижать себестоимость продукции, повышать качество выпускаемой и реализуемой продукции, обеспечить ее конкурентоспособность. В настоящее время все больше компаний уделяют повышенное внимание маркетингу, что позволяет им не только выбирать товары, которые представляют интерес, но и продвигать их на рынок. Являясь источником производственного и социального развития, прибыль занимает ведущее место в обеспечении самофинансирования предприятий и объединений, возможности которых во многом определяются тем, насколько доходы превышают затраты. Важную экономическую роль играет не только прибыль, но и убытки. Они указывают на ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции. Важнейшим показателем при текущем планировании производства, также при определении финансового положения предприятия является показатель рентабельности. Он

также является и обобщающим критерием экономической эффективности производства.

Рентабельности предприятий в литературе уделяется много внимания. Сафронова Н. А., Пласкова Н.С., Волкова О.И., Савицкая Г. В., и многие другие авторы рассматривали эти проблемы в своих работах. Но, на сегодняшний день не достаточно проводится исследований по вопросам путей повышения рентабельности предприятий в современных российских условиях.

Согласно официальным данным Федеральной службы государственной статистики, средняя величина рентабельности проданных товаров российских предприятий за период 2014-2015 гг. (продукции, работ, услуг), рассчитанные как соотношение между величиной сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) и себестоимостью проданных товаров (продукции, работ, услуг) с учетом коммерческих и управленческих расходов. Наблюдается снижение средней величины рентабельности проданных товаров (продукции, работ, услуг) предприятий РФ за 2014-2015 гг. Так, за рассматриваемый период рентабельность предприятий РФ снизилась на 2,8% и в 2015 г. данный показатель составил 6,5%, хотя значение рентабельности предприятий в 2014 г. составляло в среднем 7,1%, это свидетельствует о существующей проблеме снижения показателя и необходимости поиска путей его повышения на российских предприятиях.

Рентабельность помогает оценить эффективность управления предприятием, следовательно, высокая прибыль и достаточный уровень доходности во многом обусловлен правильностью и рациональностью управленческих решений, принимаемых на предприятии. Отсюда, о рентабельности можно говорить как об одном из критериев качества управления.

Рентабельность (от нем. *rentabel* – доходный, прибыльный), коэффициент экономической эффективности производства на предприятиях. Комплексно отражает применение вещественных, трудовых и валютных ресурсов.

Рентабельным считается предприятие, которое приносит доход. В базе

рассмотрения посредственных степеней рентабельности можно установить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают значительную прибыльность. Эта становится особенно важным в сегодняшних, рыночных условиях, где экономическая возможность компании зависит от специализации и концентрации производства. Исследование рентабельности производства позволяет раскрыть огромное количество тенденций развития, оно призвано указать руководству компании пути эффективного формирования производственного процесса, указывает на ошибки в хозяйственной деятельности, а кроме того выявляет факторы увеличения дохода, что, в конечном счете, позволяет компании более успешно осуществлять свою деятельность. В современных условиях преобладания рыночных отношений российские предприятия не могут полагаться на государственную поддержку, так как должны действовать на принципах самоокупаемости и самофинансирования. Самоокупаемость производства возможна только на успешно функционирующем предприятии. В процессе производственного цикла и цикла обращения, происходит накопление затрат. По завершению их накопления осуществляется реализация продукции, по результатам которой можно определить окупаемость производства. Для этого из всей выручки необходимо вычесть общие затраты на производство, что и позволит определить прибыль полученную от этого производства. Наличие прибыли и обеспечивает возможность самофинансирования. Для достижения самоокупаемости предприятия необходимо определить период, в течение которого происходит накопление прибыли. У каждого предприятия этот период занимает разные по продолжительности сроки. Накопление прибыли может осуществляться стремительно, плавно или замедленно в зависимости от того, как происходит расчет с инвесторами, кредиторами и потребителями. При помощи рентабельности можно оценить эффективность управления предприятием, таким образом, получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений. Поэтому рентабельность можно

рассматривать как один из критериев качества управления.

По значению степени рентабельности можно оценить долговременное процветание компании, то есть умение компании получать прибыль на достаточную инвестиции. Для долгосрочных кредиторов – инвесторов, инвестирующих средства в свой основной капитал компании, этот коэффициент является наиболее достоверным указателем, нежели характеристики экономической стабильности и ликвидности, определяющиеся на основе соотношения отдельных статей равновесия. Устанавливая связь между суммой прибыли и величиной вложенного капитала, показатель рентабельности можно использовать в процессе прогнозирования прибыли.

В процессе прогнозирования с фактическими и ожидаемыми инвестициями сопоставляется прибыль, которую предполагается получить на эти инвестиции. Оценка предполагаемой прибыли базируется на уровне доходности за предшествующие периоды с учетом прогнозируемых изменений [1, с. 110]. Рентабельность – это сложная категория. Она показывает, насколько прибыльна деятельность компании, и, следовательно, чем выше показатели рентабельности, тем успешнее деятельность. По этой причине предприятию необходимо находить новые пути повышения рентабельности с целью обеспечения наиболее высочайших характеристик [3, с.35].

Факторы увеличения рентабельности производства можно определить следующим образом: чем больше доход и чем с меньшей стоимостью основных фондов и оборотных средств, он достигнут и более эффективно они используются, тем выше рентабельность производства, а значит выше экономическая эффективность функционирования отрасли, и, наоборот. Ключевые пути повышения рентабельности – повышение абсолютной суммы прибыли и сокращение затрат на производство продукции. Этому способствует обширное использование в производстве результатов научно-технического прогресса, ведущее к увеличению производительности общественного труда и снижению на этой основе стоимости единицы ресурсов, применяемые в производстве.

Альтернативность поиска путей повышения рентабельности определяется разнообразием ее характеристик. Следует учитывать также, что при анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внешних и внутренних условий.

К внешним условиям относится расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары.

Внутренние условия являются наиболее значительными, чем внешние. К ним относятся: повышение объемов производства, сокращение себестоимости продукции, увеличение отдачи основных средств и т. д.

Важно отметить, что к основным путям увеличения рентабельности предприятия также можно отнести: повышение объема продаж, увеличение цены на производимую продукцию (товары, услуги), изменение структуры реализуемой продукции на рынке. Для реализации данных методов предприятию необходимо применение инновационных технологий продаж и структуры управления производством.

Одним из подобных путей увеличения рентабельности на предприятии является финансовый контроллинг. Данная система обеспечивает сосредоточение решающих действий по главным направлениям финансовой системы предприятия, которая позволяет выявить отклонения фактических результатов от нормативных, и использование грамотного менеджмента с целью повышения эффективности деятельности предприятия. Именно контроллинг снабжает руководство организации нужными информационными данными. На любом предприятии контроллинг включает такие элементы как планирование, постановка целей, контроль за исполнением, а также принятие решений [9]. Поддержка ликвидности – главная задача финансового контроллинга, обозначающая готовность предприятия погасить задолженности в любой момент. Устойчивая платежеспособность достигается вместе с необходимым уровнем рентабельности.

Финансовый контроллинг позволяет измерить предельное отклонение фактических результатов финансовой деятельности от запланированных,

наблюдать за реализацией финансовых заданий, установленных системой нормативов и показателей, разработать управленческие решения по совершенствованию финансовой деятельности, корректировать отдельные показатели и цели финансового развития в соответствии со сложившейся конъюнктурой рынка и внешней средой, спрогнозировать по размерам отклонений возможные ухудшения финансового состояния и значительное снижение темпов развития.

Следовательно, финансовый контроллинг помимо внутреннего контроля финансовых операций, осуществляет координацию взаимосвязи между созданием информационной базы, финансовым планированием, финансовым анализом и внутренним финансовым контролем [7].

Наряду с этим, повышению рентабельности работы организации может способствовать привлечение руководством компании аудиторских фирм, способных оценить бизнес-процессы, которые выстроены на предприятии, а также помочь оценить движение финансовых средств. Бывает, что низкая рентабельность предприятия связана с недобросовестным выполнением менеджерами предприятия своих функций.

Повышение рентабельности в условиях повышенной конкуренции – первостепенная задача предприятия. Основным источником свободных денежных средств организации является выручка, полученная предприятием в результате реализации произведенной продукции. Отсюда, главное направление деятельности хозяйственного субъекта это, прежде всего, повышение рентабельности, используя метод снижения возможных затрат и соблюдая соответствующий режим экономии и более эффективно используя ресурсы, находящиеся в распоряжении организации. Данными затратами определяется уровень доходов и структура себестоимости. Так как затраты на сырье занимают значительную долю в структуре, то повышение уровня рентабельности предприятия и уменьшение стоимости выпускаемой продукции заметно повлияют и на размер полученной прибыли. Это дает возможность получить увеличенную прибыль, что, непременно, позитивно скажется на

показателе безубыточной работы предприятия.

Согласно одному из множества подходов к росту рентабельности предприятия содействует манипулирование тремя факторами, характеризующими его рентабельность:

- ускорением товарооборачиваемости;
- сокращением массы издержек;
- ростом нормы рентабельности посредством увеличения стоимости.

Показатель рентабельности производства имеет особенно существенную роль в современных, рыночных условиях, когда руководству предприятия требуется регулярно принимать ряд неординарных решений для обеспечения прибыльности, а, следовательно, экономической стабильности компании или фирмы. Низкий уровень рентабельности предприятий является главной причиной в настоящее время низкой привлекательности отрасли для вложения инвестиций. Финансовая деятельность товаропроизводителей в условиях функционирования России в ВТО играет возрастающую роль в обеспечении устойчивого развития производства. Поэтому повышение ее эффективности остается главной проблемой в развитии рыночного хозяйствования, так как, от того насколько эффективно функционирует организация во многом зависят ее конечные результаты. Источником финансирования инвестиционной, а также обеспечения и расширения текущей деятельности, безусловно, выступает прибыль предприятия [4].

Таким образом, повышение прибыли и рентабельности предприятий в современных условиях приобретает первостепенную роль, и руководству организаций необходимо использовать все возможные пути повышения данного показателя, с целью увеличения прибыли, что в итоге отразится на улучшении эффективности деятельности самого хозяйственного субъекта в целом.

Выводы по разделу один

Таким образом, прибыль – это объективная экономическая категория товарно-денежных отношений, которая охватывает широкий, очень

многогранный круг общественных отношений, связанных с образованием, распределением и использованием дополнительного продукта, что находит отражение в экономических отношениях между рабочим и предприятием, между предприятиями одной и различных отраслей производства в процессе их хозяйственной деятельности, между предприятиями и государством через финансово-банковскую систему

Рентабельность – это качественный, стоимостный показатель, характеризующий уровень отдачи вложенных затрат или уровень использования ресурсов, которые имеются в наличии предприятия, связанный с достижением определенного хозяйственного результата. Предприятие является рентабельным, если сумма выручки от всех видов деятельности отчетного периода покрывает не только расходы, но и ее достаточно для образования прибыли. Таким образом, рентабельность характеризует результативность (эффективность) работы предприятия, дает представление о способности предприятия увеличивать свой вложенный капитал

Необходимо отметить, что недостатками методик анализа прибыли и рентабельности как отечественных, так и зарубежных авторов, является игнорирование отраслевых особенностей. К преимуществам зарубежных методик можно отнести их конкретность и определенность в количественном составе показателей и интерпретации их результатов, упрощенность таких методик анализа и оценки финансового состояния предприятий.

Необходимость проведения анализа прибыли по данным бухгалтерской отчетности конкретного субъекта хозяйствования сводится к тому, чтобы выявить резервы роста прибыли и рентабельности, устранить имеющиеся недостатки, наметить план дальнейшего развития предприятия. С этой целью на основе годовой бухгалтерской отчетности торгового предприятия был проведен анализ прибыли.

2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ИНВЕСТ-ТРЕЙД»

2.1 Организационная характеристика предприятия

ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» является торговым предприятием и было зарегистрировано постановлением №1575 от 28 октября 2005 г. главой администрации г. Челябинска (регистрационный № 9237).

Основным видом деятельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» является оптовая и розничная продажа пластиковых и алюминиевых профилей и комплектующих для производства окон.

Согласно Уставу ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» обладает полной хозяйственной самостоятельностью в вопросах определения формы управления, принятия хозяйственных решений, сбыта, установления цен, оплаты труда, распределения чистой прибыли. Руководство текущей деятельностью ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» осуществляется директором. Он выполняет свои обязанности на основании трудового контракта, в соответствии с которым: представляет интересы общества во всех инстанциях; распоряжается имуществом, денежными средствами общества; заключает договоры и обеспечивает их выполнение.

ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» предлагает товары только высокого качества, приобретаемого у проверенных производителей. Учитывая, что окна приобретаются не на несколько лет, а на десятилетия, этот вопрос для потребителя является первостепенным. Показателем стабильности предлагаемого товара ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» является наличие сертификата DIN EN ISO 9001. Это система контроля качества, которая призвана обеспечить именно стабильность свойств выпускаемой продукции на заданном уровне, а также постоянное совершенствование продукта.

Рассматривая организационную структуру предприятия, можно отметить,

что в подчинении директора ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» находятся: главный бухгалтер, начальник отдела продаж, менеджер по закупке товаров, менеджеры розничных и оптовых продаж, торговые представители, начальник склада, грузчики и кладовщики, водители. Структура ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» приведена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Бухгалтерию возглавляет главный бухгалтер, утвержденный на должность приказом директора ООО «Торговый дом Инвест-Трейд». Бухгалтерия на предприятии состоит из двух человек, включая главного бухгалтера. Оба бухгалтера, при осуществлении своей деятельности, тесно связаны друг с другом. Эта взаимосвязь проявляется, прежде всего, в получении оперативной первичной аналитической учетной информации, необходимой для формирования своевременной, полной и достоверной отчетности о финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

За организацию бухгалтерского учета отвечает руководитель фирмы, который обязан создать необходимые условия для правильного ведения бухгалтерского учета, обеспечить неукоснительное выполнение всеми работниками, имеющими отношение к учету, требований главного бухгалтера в части оформления и представления для учета необходимых документов.

Главный бухгалтер несет ответственность за формирование учетной политики, правильное ведение бухгалтерского учета всех хозяйственных операций, своевременное представление в установленные адреса и сроки оперативной и аналитической информации, бухгалтерской и налоговой отчетности. В обязанности главного бухгалтера входит создание системы первичного учета в фирме в соответствии с требованиями нормативных документов по бухгалтерскому и налоговому учету.

Начальник отдела продаж отвечает за работу всех менеджеров, проверяет правильность выписки накладных, ежедневно проводит «закрытие дня», то есть проверяет, чтобы все выписанные накладные за день документы были отгружены покупателям и проведены по программе. Формирует сводные отчет о поступлении товаров и их реализации.

Менеджер по закупу осуществляет контроль за наличием необходимого ассортимента товаров на складе, согласовывает с поставщиками объем закупаемого товара, закупочные цены, решает спорные вопросы по количеству и качеству товара после его приемки на складе кладовщиками, так как доставка товара производится транспортом поставщика.

Менеджеры по оптовым продажам занимаются поиском оптовых покупателей, заключают договора, следят за отгрузкой товара, составляют отчетность о проданных товарах.

Менеджер розничных продаж следит за работой торговых представителей, контролирует объемы заключенных сделок, формирует отчеты по продажам и заявкам на тот или иной товар.

Торговые представители предлагают товары покупателям. С покупателями, работающими с отсрочкой платежа, торговые представители согласовывают сроки оплаты отгруженных товаров, следят за тем, чтобы оплата за отгруженный товар производилась покупателями своевременно.

Помещения складов изолированы и оборудованы охранной и пожарной сигнализацией. В складах имеется необходимое количество стеллажей, ячеек, поддонов, средств механизации. Товары хранятся в основном на стеллажно-

ячеечных строениях, где каждая ячейка имеет номер, соответствующий номеру учетной карточки склада. Отгрузку товара производят кладовщики, доставка груза осуществляется водителями. Погрузка и разгрузка товаров осуществляется грузчиками. Начальник склада контролирует всю работу склада, следит за правильностью составления документации.

2.2 Анализ показателей прибыли и рентабельности

Так как основной целью предприятия является получение прибыли, проведем анализ прибыли ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» по видам (таблица 2.1) по данным приложения А.

Таблица 2.1 – Динамика прибыли ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

В тыс. руб.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения, тыс. руб.		Темп роста, %	
				2015 / 2014	2016 / 2015	2015 / 2014	2016 / 2015
Прибыль (убыток) от продаж	13660	14581	16356	921	1775	106,7	112,2
Прибыль (убыток) от прочей деятельности	2566	2294	2669	-272	375	89,4	116,3
Прибыль (убыток) до налогообложения	16226	16875	19025	649	2150	104,0	112,7
Чистая прибыль	13522	14063	15854	541	1791	104,0	112,7

В течение 2016 года наблюдается рост всех видов прибыли: прибыль от основной деятельности выросла на 1775 тыс. руб. или на 12,2%, от прочей деятельности – на 16,3%. В итоге прибыль до налогообложения и чистая прибыль выросла на 12,7%. Причины увеличения прибыли от продаж и от прочей деятельности – рост доходов (выручки от продаж, аренды помещений, выручки от продажи объектов основных средств). Анализ доходов предприятия проведен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Динамика доходов ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

В тыс. руб.

Наименование доходов	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Выручка от продажи:	75 258	63 888	78 500	-11 370	14 612
–алюминиевые системы	10 200	9 208	11 366	-992	2 158
–комплектующие к окнам из ПВХ	15 369	14 809	17 908	-560	3 099
– профили ПВХ	17 980	15 808	16 102	-2 172	294
– уплотнители для ПВХ	21 450	15 122	17 208	-6 328	2 086
– фурнитура	10 259	8 941	15 916	-1 318	6 975
Проценты к получению	25	25	25	0	0
Прочие доходы	7 456	8 258	9 854	802	1 596
Всего доходов	82 739	72 171	88 379	-10 568	16 208

За 2016 г. наблюдается увеличение доходов предприятия на 16208 тыс. руб. или на 22,5% $\left(\frac{88379}{72171} \times 100\% - 100\%\right)$, хотя в прошлом году наблюдается обратная ситуация – снижение составило 10568 тыс. руб. или на 12,8% $\left(\frac{72171}{82739} \times 100\% - 100\%\right)$.

Представим динамику выручки от продаж в разрезе товарных групп на рисунке 2.2.

В тыс. руб.

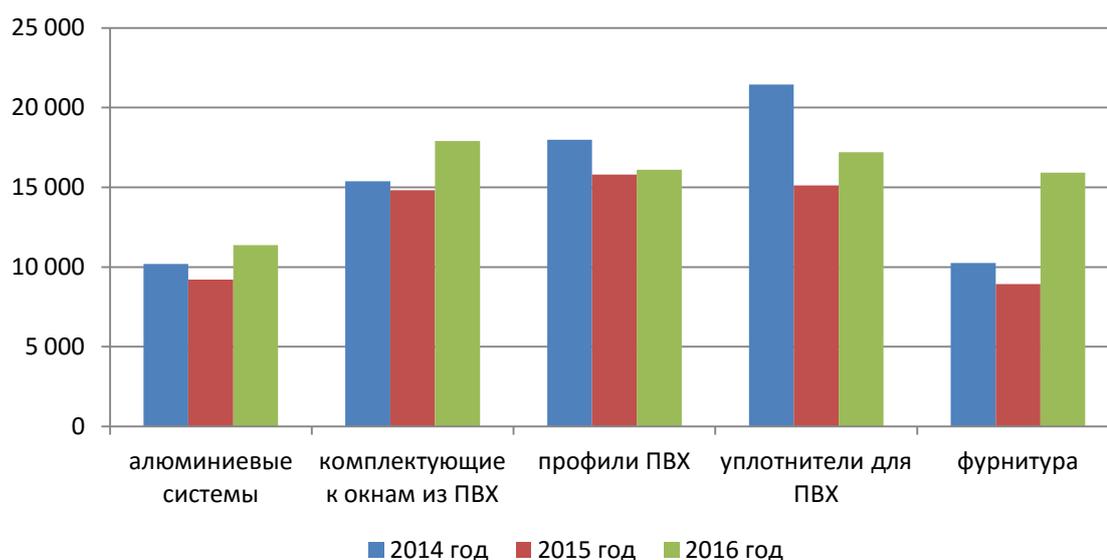


Рисунок 2.2 – Динамика товарооборота ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» по видам товарным группам за 2014-2016 гг.

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. сокращение товарооборота произошло по всем видам продаж, а наибольшее в части уплотнителей для ПВХ – на 6328 тыс. руб. В 2016 г., наоборот, товарооборот увеличился по всем группам показателей, при этом наибольший рост произошел в части продажи фурнитуры – на 6975 тыс. руб.

В целом в 2016 году наблюдается увеличение продаж всех видов товарных групп, кроме того, величина прочих доходов также выросла на 1596 тыс. руб.

или на $19,3\% \left(\frac{9854}{8258} \times 100\% - 100\% \right)$. Доходы в виде процентов к получению не изменились и остались на прежнем уровне – 25 тыс. руб. в год.

Динамика структуры доходов предприятия ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» представлена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Структура доходов ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

В процентах

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Выручка от продаж:	91,0	88,5	88,8	-2,4	0,3
– алюминиевые системы	12,3	12,8	12,9	0,4	0,1
– комплектующие к окнам из ПВХ	18,6	20,5	20,3	1,9	-0,3
– профили ПВХ	21,7	21,9	18,2	0,2	-3,7
– уплотнители для ПВХ	25,9	21,0	19,5	-5,0	-1,5
– фурнитура	12,4	12,4	18,0	0,0	5,6
Проценты к получению	0,03	0,03	0,03	0,0	0,0
Прочие доходы	9,0	11,4	11,1	2,4	-0,3
Всего доходов	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Таким образом, основная доля в доходах предприятия приходится на выручку от продаж. Ее доля в 2014 г. составила 91%, в 2015 г. уже меньше на 2,4% (88,5%), однако в 2016 г. ее доля вновь несколько выросла – на 0,3% и составила 88,8%. В структуре выручки от продаж основная доля приходится на продажи комплектующим к окнам из ПВХ – 20,3%, уплотнителей из ПВХ – 19,5%, профилей ПВХ – 18,2%, а также фурнитуры – 18%. За 2016 г. наблюдается снижение доли продаж таких видов товаров, как комплектующих

к окнам из ПВХ (-0,3%), профилей ПВХ (-3,7%) и уплотнителей из ПВХ (-1,5%).

Доля процентов к получению слишком мала. А доля процентов к получению составила в среднем 11% за 3 года.

Оценку эффективности деятельности предприятия необходимо провести с помощью расчета показателей рентабельности. Анализ рентабельности деятельности предприятия представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Анализ рентабельности деятельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

В процентах

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Рентабельность продаж	18,15	22,82	20,83	4,67	-1,99
Рентабельность издержек	22,18	29,57	26,32	7,40	-3,25
Рентабельность продаж по чистой прибыли	17,97	22,01	20,20	4,04	-1,82
Рентабельность активов	53,64	53,55	50,98	-0,09	-2,57
Рентабельность собственного капитала	97,09	99,05	103,19	1,96	4,14

Рентабельность продаж составит:

$$R_{2014} = \frac{13660}{75258} \times 100\% = 18,15\%$$

$$R_{2015} = \frac{14581}{63888} \times 100\% = 22,82\%$$

$$R_{2016} = \frac{16356}{78500} \times 100\% = 20,83\%$$

Рентабельность издержек:

$$R_{2014} = \frac{13660}{41068 + 20530} \times 100\% = 22,18\%$$

$$R_{2015} = \frac{14581}{32872 + 16435} \times 100\% = 29,57\%$$

$$R_{2016} = \frac{16356}{41429 + 20715} \times 100\% = 26,32\%$$

Рентабельность продаж по чистой прибыли:

$$R_{2014} = \frac{16226}{75258} \times 100\% = 17,97\%$$

$$R_{2015} = \frac{16875}{63888} \times 100\% = 22,01\%$$

$$R_{2016} = \frac{19025}{78500} \times 100\% = 20,20\%$$

Рентабельность активов:

$$R_{2014} = \frac{16226}{25208} \times 100\% = 53,64\%$$

$$R_{2015} = \frac{16875}{27228} \times 100\% = 53,55\%$$

$$R_{2016} = \frac{19025}{32082} \times 100\% = 50,98\%$$

Рентабельность собственного капитала:

$$R_{2014} = \frac{16226}{13928} \times 100\% = 97,09\%$$

$$R_{2015} = \frac{16875}{14199} \times 100\% = 99,05\%$$

$$R_{2016} = \frac{19025}{15365} \times 100\% = 103,19\%$$

Представим динамику данных показателей графически на рисунке 2.3.

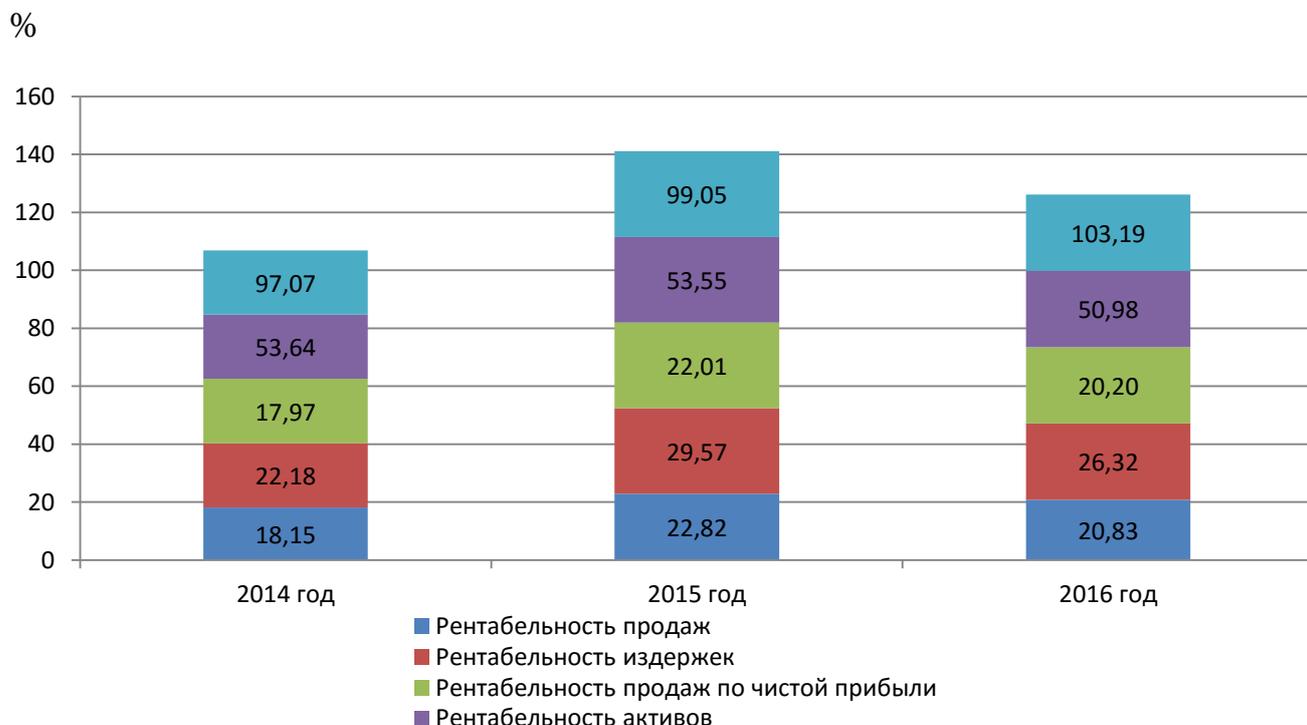


Рисунок 2.3 – Общие показатели рентабельности деятельности

ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Полученные данные свидетельствуют о снижении эффективности торговой деятельности. Негативным моментом является снижение прибыльности продаж товаров в 2016 году на 1,99%. То есть с 1 руб. выручки от продаж товаров предприятие стало получать прибыли от продаж меньше на 1,99%, чем в 2015 году. При этом доля прибыли от продаж в затратах также сократилась на 3,25% в 2016 году. Соответственно показатель рентабельности продаж по чистой прибыли сократился на 1,82%. Прибыльность активов предприятия также сократилась – на 2,57% в 2016 году, однако собственный капитал принес больше в 2016 году на 4,14%, чем в прошлый год.

В целом показатели рентабельности деятельности организации могут быть оценены как достаточные. Рассчитаем показатели рентабельности продаж в разрезе товарных групп в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Показатели рентабельности продаж в разрезе товарных групп

В процентах

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Рентабельность продаж:	18,15	22,82	20,83	4,67	-1,99
– алюминиевых систем	11,27	17,92	15,04	6,64	-2,87
– комплектующих к окнам из ПВХ	23,09	25,53	23,17	2,44	-2,35
– профилей ПВХ	26,59	32,58	34,59	5,99	2,01
– уплотнителей для ПВХ	13,89	14,22	14,99	0,32	0,78
– фурнитуры	11,71	20,70	14,74	9,00	-5,96

Рассчитаем рентабельность продаж алюминиевых систем:

$$R_{2014} = \frac{1150}{10200} \times 100\% = 11,27\%$$

$$R_{2015} = \frac{1650}{9208} \times 100\% = 17,92\%$$

$$R_{2016} = \frac{1710}{11366} \times 100\% = 15,04\%$$

Рентабельность продаж комплектующих к окнам из ПВХ:

$$R_{2014} = \frac{3548}{15369} \times 100\% = 23,09\%$$

$$R_{2015} = \frac{3780}{14809} \times 100\% = 25,53\%$$

$$R_{2016} = \frac{4150}{17908} \times 100\% = 23,17\%$$

Рентабельность продаж профилей ПВХ:

$$R_{2014} = \frac{4781}{17980} \times 100\% = 26,59\%$$

$$R_{2015} = \frac{5150}{15808} \times 100\% = 32,58\%$$

$$R_{2016} = \frac{5570}{16102} \times 100\% = 34,59\%$$

Рентабельность продаж уплотнителей для ПВХ:

$$R_{2014} = \frac{2980}{21450} \times 100\% = 13,89\%$$

$$R_{2015} = \frac{2150}{15122} \times 100\% = 14,22\%$$

$$R_{2016} = \frac{2580}{17208} \times 100\% = 14,99\%$$

Рассчитаем рентабельность продаж фурнитуры:

$$R_{2014} = \frac{1201}{10259} \times 100\% = 11,71\%$$

$$R_{2015} = \frac{1851}{8941} \times 100\% = 20,70\%$$

$$R_{2016} = \frac{2346}{15916} \times 100\% = 14,74\%$$

Представим полученные данные графически на рисунке 2.4.

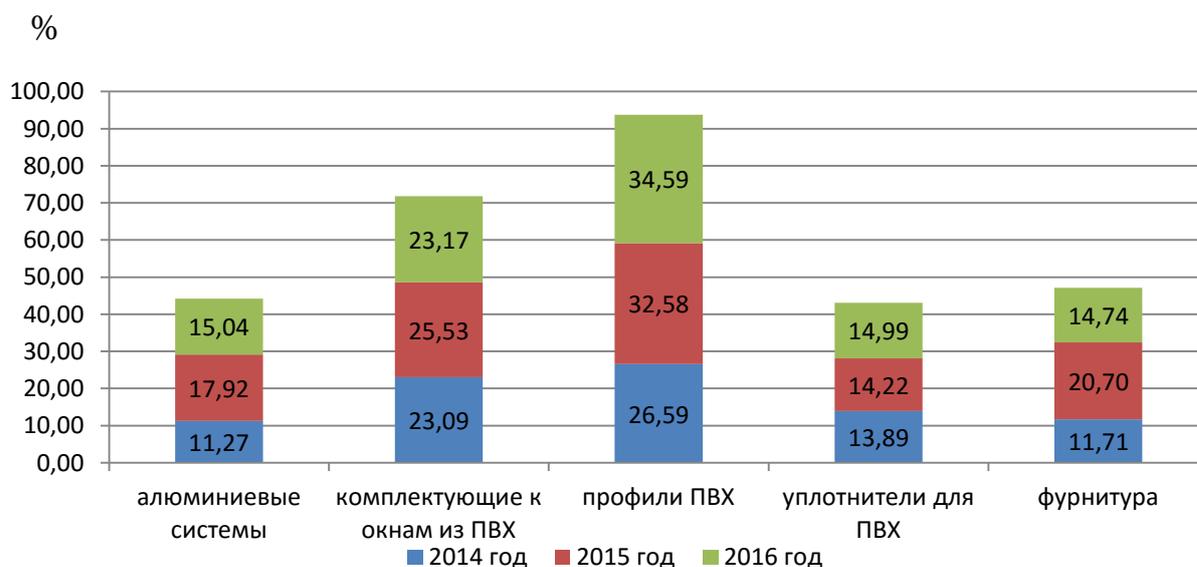


Рисунок 2.4 – Показатели рентабельности продаж в разрезе товарных групп

Таким образом, расчеты показали, что наиболее рентабельными за 2014-2016 г. оказались такие виды товаров как профили ПВХ (в 2014 г. 26,59%, в 2015 г. 32,58%, в 2016 г. 34,59%) и комплектующие к окнам из ПВХ (в 2014 г. 23,09%, в 2015 г. 25,53% и в 2016 г. 23,17%).

Наименее рентабельным видом продукции оказался такой вид товаров как алюминиевые оконные систем (в 2014 г. 11,27%, в 2015 г. – рост до 17,92%, в 2016 г. 15,04%), а также фурнитура (в 2014 г. 11,71%, в 2015 г. – рост до 20,7%, в 2016 г. 14,74%). Снижение прибыльности продаж данных товарных групп обусловлено снижением спроса на них, а также ростом отпускных цен.

Проведем анализ рентабельности товаров по видам в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Анализ рентабельности товаров по видам за 2014-2016 гг.

В процентах

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Рентабельность товаров:					
– алюминиевых систем	12,71	21,83	17,71	9,12	-4,12
– комплектующих к окнам из ПВХ	30,01	34,27	30,16	4,26	-4,11
– профилей ПВХ	36,22	48,32	52,89	12,10	4,57
– уплотнителей для ПВХ	16,13	16,57	17,64	0,44	1,06
– фурнитуры	13,26	26,11	17,29	12,85	-8,82

Рассчитаем рентабельность товаров алюминиевых систем:

$$R_{2014} = \frac{1150}{9050} \times 100\% = 12,71\%$$

$$R_{2015} = \frac{1650}{7558} \times 100\% = 21,83\%$$

$$R_{2016} = \frac{1710}{9656} \times 100\% = 17,71\%$$

Рассчитаем рентабельность товаров комплектующих к окнам из ПВХ:

$$R_{2014} = \frac{3548}{11821} \times 100\% = 30,01\%$$

$$R_{2015} = \frac{3780}{11029} \times 100\% = 34,27\%$$

$$R_{2016} = \frac{4150}{13758} \times 100\% = 30,16\%$$

Рассчитаем рентабельность товаров профилей ПВХ:

$$R_{2014} = \frac{4781}{13199} \times 100\% = 36,22\%$$

$$R_{2015} = \frac{5150}{10658} \times 100\% = 48,32\%$$

$$R_{2016} = \frac{5570}{10532} \times 100\% = 52,89\%$$

Рассчитаем рентабельность товаров уплотнителей для ПВХ:

$$R_{2014} = \frac{2980}{18470} \times 100\% = 16,13\%$$

$$R_{2015} = \frac{2150}{12972} \times 100\% = 16,57\%$$

$$R_{2016} = \frac{2580}{14628} \times 100\% = 17,64\%$$

Рассчитаем рентабельность товаров фурнитуры:

$$R_{2014} = \frac{1201}{9058} \times 100\% = 13,26\%$$

$$R_{2015} = \frac{1851}{7090} \times 100\% = 26,11\%$$

$$R_{2016} = \frac{2346}{13570} \times 100\% = 17,29\%$$

Представим полученные данные графически на рисунке 2.5.

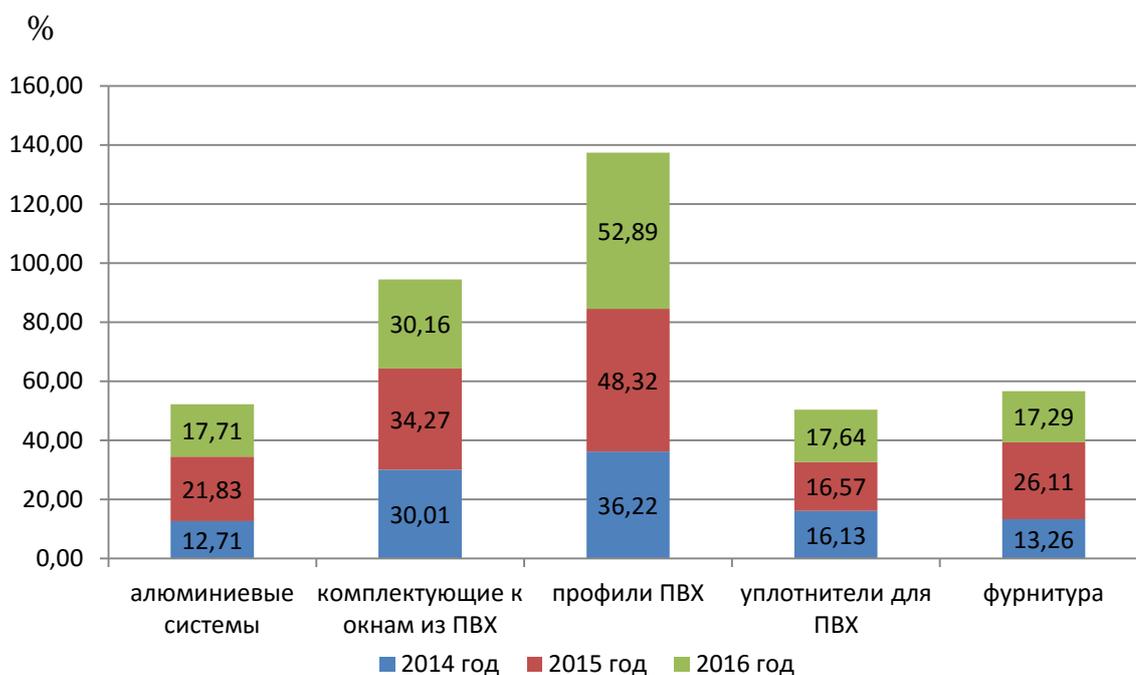


Рисунок 2.5 – Показатели рентабельности по видам продукции

Наиболее рентабельными за 2014-2016 г. оказались такие виды продукции как комплектующие к окнам из ПВХ (в 2014 г. 30,01%, в 2015 г. – 34,27%, в 2016 г. 30,16%) и профили ПВХ (в 2014 г. 36,22%, в 2015 г. – 48,32%, в 2016 г. 52,89%). Наименее рентабельным видом продукции оказался такой вид продукции как фурнитура и алюминиевые системы (в 2014 г. 13,26%, в 2015 г. – рост до 26,11%, в 2016 г. 17,29%).

Маржинальный анализ заключается в расчете показателей безубыточности предприятия ООО «Торговый дом Инвест-Трейд», который представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ безубыточности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» за 2014-2016 гг.

Показатели	Формулы	2014 год	2015 год	2016 год
1. Выручка от продажи, тыс. руб.	стр.2110 ф.2	75 258	63 888	78 500
2. Условно-переменные затраты, тыс. руб.	стр.2120 ф.2	41068	32872	41429
3. Условно-постоянные затраты, тыс. руб.	стр.2210+стр.2220 ф.2	20530	16435	20715
4. Прибыль от продаж, тыс. руб.	стр.2200 ф.2	13660	14581	16356
5. Маржинальный доход, тыс. руб.	п.1-п.3	54 728	47 453	57 785
6. Доля маржинального дохода в выручке	$УД_{мд} = \frac{МД}{В}$	0,73	0,74	0,74
7. Точка безубыточности: - в стоимостном выражении	$ТБ_{руб} = \frac{P_{ком} + P_{упр}}{(B - Z_{пер}) : B}$	45190	33853	43865
- в % к выручке	$ТБ_{\%} = \frac{ТБ_{руб}}{В}$	60,05	52,99	55,88
- в днях	$ТБ_{дн} = \frac{ТБ_{руб}}{B : T}$	216	191	201
8. Запас финансовой прочности: - в стоимостном выражении	$ЗФП_{руб} = В - ТБ_{руб}$	30 068	30 035	34 635
- в % к выручке	$ЗФП_{\%} = \frac{ЗФП_{руб}}{В}$	39,95	47,01	44,12

Окончание таблицы 2.7

Показатели	Формулы	2014 год	2015 год	2016 год
- в днях	$ЗФП_{\text{дн}} = \frac{ЗФП_{\text{руб}}}{В : Т}$	144	169	159
9. Операционный рычаг	$\frac{МД}{П_{\text{пр}}}$	4,01	3,25	3,53

В 2016 г. безубыточная величина выручки от продаж (таблица 2.7) составила 43865 тыс.руб., что на 10012 тыс.руб. больше чем в 2015 году (33853 тыс.руб.). Это произошло за счет роста условно-переменных затрат на 8557 тыс.руб. Для достижения безубыточного объема продаж в 2014 году потребовалось 216дн., в 2015 году – 191дн., в 2016 году – 201дн. Около 44% выручки в 2016 году потребовалось направить на возмещение постоянных затрат.

Запас финансовой прочности не превышает величину безубыточной выручки от продаж. Величина запаса финансовой прочности показывает, что в 2016 году предприятие могло снизить выручку более чем на 35 тыс.руб., чтобы не выйти при этом из зоны прибылей. В течение 159 дней в 2016 году предприятие работало на формирование прибыли от продаж (в 2015 году эта цифра составила 169 дня и в 2014 году – 144 дней).

Уровень предпринимательского риска (риска получения убытков) у предприятия средний, так как чувствительность финансовых результатов к колебаниям объема продаж в 2014 году не высока, об этом свидетельствует показатель операционного рычага. Так, изменение объема продаж на 1% вызывает изменение прибыли от продаж на 4,01%. В 2015 году этот показатель сократился до 3,25% и в 2016 году немного вырос – 3,53%. Руководству предприятия следует обратить внимание на этот факт.

Уровень расходов предприятия торговли является одним из важнейших качественных показателей работы торговых предприятий. Динамика статей затрат предприятия приведена в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Динамика расходов ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» за 2014-2016 гг.

В тыс. руб.

Наименование доходов	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонения (+/-)	
				2015 / 2014	2016 / 2015
Издержки обращения:	61 598	49 307	62 144	-12 291	12 837
– алюминиевые системы	9 050	7 558	9 656	-1 492	2 098
– комплектующие к окнам из ПВХ	11 821	11 029	13 758	-792	2 729
– профили ПВХ	13 199	10 658	10 532	-2 541	-126
– уплотнители для ПВХ	18 470	12 972	14 628	-5 498	1 656
– фурнитура	9 058	7 090	13 570	-1 968	6 480
Проценты к уплате	360	356	360	-4	4
Прочие расходы	4 555	5 633	6 850	1 078	1 217
Всего расходов	66 513	55 296	69 354	-11 217	14 058

Представим динамику расходов на рисунке 2.6.

В тыс. руб.

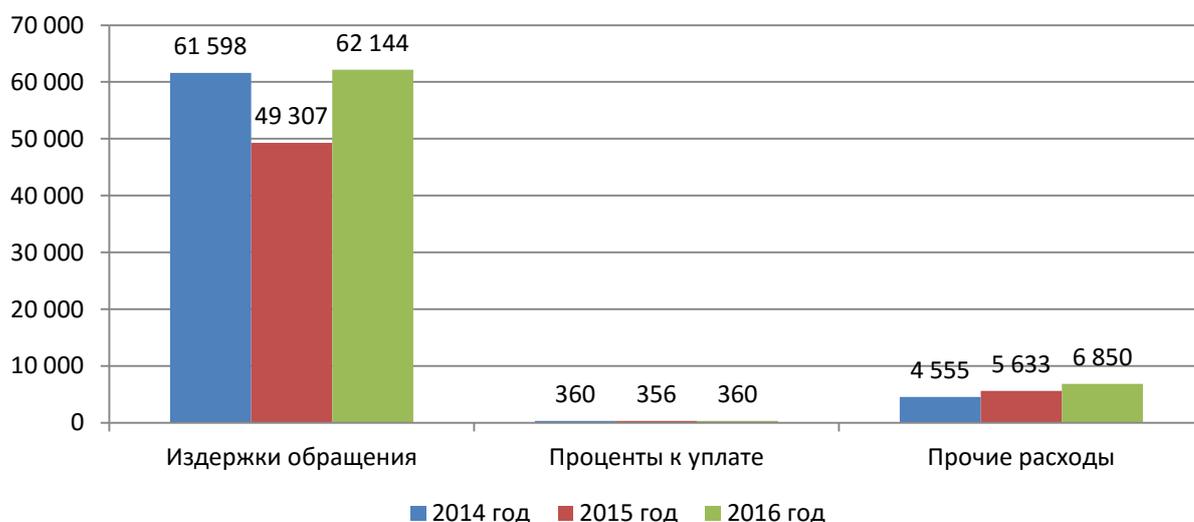


Рисунок 2.6 – Динамика расходов ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» за 2014-2016 гг.

Таким образом, за 2016 г. наблюдается рост расходов компании на 14058 тыс. руб. или на четверть, то есть на $25,4\% \left(\frac{69354}{55296} \times 100\% - 100\% \right)$. Однако в прошлом году наблюдается сокращение – на 11217 тыс. руб. или на $16,9\% \left(\frac{55296}{66513} \times 100\% - 100\% \right)$. Основной прирост расходов произошел из-за

увеличения себестоимости продаж товаров – на 12837 тыс. руб., в частности по таким товарным группам, как алюминиевые системы– на 2098 тыс. руб., комплектующие к окнам из ПВХ– на 2729 тыс. руб., уплотнители для ПВХ– на 1656 тыс. руб., а также фурнитура– на 6480 тыс. руб. рост себестоимости вызван увеличением затрат по их приобретению у производителей.

Величина затрат по уплате процентов стабильная, за исследуемый период произошло небольшое изменение (± 4 тыс. руб.). Прочие расходы компании в течение трех лет постоянно растут: в 2015 г. – на 1078 тыс. руб., а в 2016 г. – на 1217 тыс. руб.

Далее проанализируем более подробно динамику издержек обращения (таблица 2.9).

Таблица 2.9 – Анализ издержек обращения ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»
За 2014-2016 г..

В тыс. руб.

Статьи затрат	Период			Темп роста, %	
	2014 год	2015 год	2016 год	за 2015 год	за 2016 год
Условно-переменные издержки:	41068	32872	41429	80,04	126,03
– материальные расходы	21784	18868	22543	86,61	119,48
– ремонт транспортных средств	4025	2768	4483	68,77	161,95
– транспортные расходы	4517	3123	4375	69,13	140,09
– погрузочно-разгрузочные расходы	5442	3997	5821	73,46	145,62
– заработная плата торгового персонала	8016	6055	7714	75,53	127,40
– страховые взносы	2726	2059	2314	75,53	112,41
Условно-постоянные издержки:	20530	16435	20715	80,05	126,04
– расходы на оплату труда работников аппарата управления	3993	3131	3822	78,41	122,07
– страховые взносы	1358	1064	1299	78,41	122,07
– амортизационные отчисления	3172	2408	3379	75,91	140,32
– командировочные расходы	2587	1545	2009	59,72	130,06
– услуги связи	1899	1816	1647	95,63	90,68
– ремонт л/а	1293	1583	1645	122,37	103,92
– материальные расходы	1967	1624	2397	82,56	147,60

Окончание таблицы 2.9

Статьи затрат	Период			Темп роста, %	
	2014 год	2015 год	2016 год	за 2015 год	за 2016 год
– представительские расходы	1256	1137	1993	90,52	175,22
– услуги банка	3005	2127	2525	70,79	118,68
Всего затрат	61598	49307	62144	80,05	126,03

Анализ материальных расходов и расходов по ремонту транспортных средств отражает влияние затрат по содержанию транспортных средств в рабочем состоянии. То есть это затраты на покупку запчастей, автошин, услуг автосервиса. На обследуемом предприятии материальные расходы увеличились в 2016 году по сравнению с прошлым годом на 19,48%. А за 2015 год с прошлым годом сократились на 20%. Расходы по ремонту транспортных средств также выросли в 2016 году довольно значительно – на 61,95%. На эти расходы влияют такие факторы, как изменение товарооборота, изменение цен на запчасти и услуги авторемонтных предприятий.

Динамика переменных и постоянных расходов приведена на рисунке 2.7.

В тыс. руб.

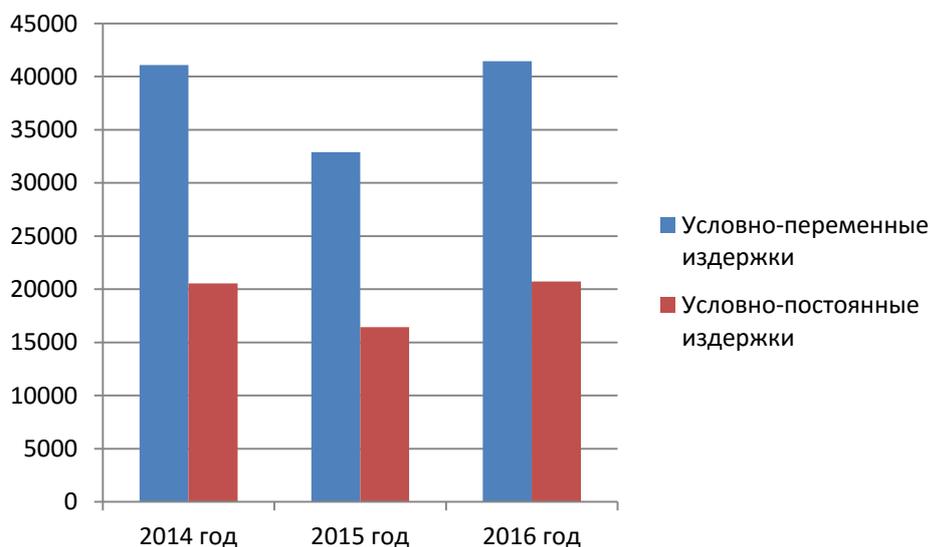


Рисунок 2.7 – Динамика переменных и постоянных расходов

ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» за 2014-2016 гг.

Так как выросли материальные затраты по за купу товаров, увеличились транспортные расходы в 2016 году на 40,09%, хотя в прошлом году наблюдалось сокращение на 30,87%. Соответственно возросли погрузочно-разгрузочные расходы на 45,62% в результате увеличения объема закупленных товаров. В результате роста продаж зарплата торгового персонала увеличилась на треть (+27,40%) и соответственно страховые взносы – на 12,41%.

Увеличение этих статей расходов происходит за счёт влияния товарооборота в связи с тем, что рост товарооборота связан с увеличением количества рейсов по перевозке товара и естественно увеличиваются расходы на поддержание автотранспорта в технически рабочем состоянии.

Величина затрат на оплату труда управленческого персонала также выросла на 22,07%, хотя в прошлом году наблюдалось снижение их величины на 21,59%. Соответственно на ту же величину увеличились страховые взносы. Увеличение расходов по этой статье связано с увеличением оплаты труда.

Расходы по статье «Амортизация основных средств» включают амортизационные отчисления на полное восстановление собственных основных средств. Эти расходы не зависят от изменений товарооборота. На предприятии не ставится задача увеличения основных фондов, кроме необходимых для работы. Расходы по этой статье по сравнению с прошлым годом выросли на 40,32%. Это произошло по следующим причинам: в 2016 г. на издержки обращения были отнесены амортизационные отчисления в сумме, превышающей по норме сумму месячных амортизационных отчислений. Так как малые предприятия имеют возможность применять ускоренную амортизацию и списывать в первый год принятия к учёту основных средств на издержки обращения большие суммы амортизационных отчислений.

Статья «Прочие расходы» включает в себя командировочные расходы, расходы на услуги ОАО «Связьинформ», мобильной связи, интернет-связи, ремонт легкового транспорта работников управления, представительские расходы, услуги банка, материальные расходы (приобретение ТМЦ для офиса). Расчёты показывают, что увеличение суммы издержек по этим статьям кроме

статьи «услуги связи» происходит за счёт прочих факторов. К прочим факторам можно отнести следующие: рост издержек на командировочные расходы связан со структурой работы предприятия. Разбросанное местонахождение предприятий партнёров вызывает необходимость дополнительных встреч с представителями поставщиков и заказчиков, что увеличивает количество командировок в эти города. Также рост издержек по командировочным расходам вызван и увеличением цен на ж/д билеты и топливо.

Расходы на услуги связи, которые включают в себя расходы на услуги городской и междугородней связи, снизились на 9,32%. Это можно объяснить, что со стороны руководства было дано указание максимально уменьшить количество исходящих звонков на междугородние переговоры и разговоры вести по существу дела. Хотя это конечно относительное снижение расходов и регулировать их одним контролем со стороны руководства сложно, тем более, что тарифы на услуги связи постоянно растут.

Расходы на услуги банка включают в себя расчётно-кассовое обслуживание, ведение счёта, расчётное обслуживание клиент-банка. Издержки по этой статье выросли на 18,68%. На увеличение расходов по этой статье повлияло изменение тарифов на услуги банка, а также увеличение количества совершаемых банковских операций.

В целом, изучая систему расчетов с покупателями, можно отметить, что продажи продукции на предприятии осуществляются следующим образом:

- а) предоплата (товар оплачивается полностью или частично до передачи его продавцом);
- б) оплата за наличный расчет (товар оплачивается полностью в момент передачи товара, то есть происходит обмен товара на деньги);
- в) оплата в кредит (товар оплачивается через определенное время после его передачи покупателю).

Вырабатывая политику кредитования покупателей своей продукции, ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» определяется по следующим ключевым вопросам:

а) контроль предоставления кредита и получение оплаты. Однако фактически отсутствует эффективный контроль предоставления кредита и получения оплаты, так как не проводится мониторинг ситуации с расчетами и работа по взысканию задолженности;

б) срок предоставления кредита (в организации существует несколько типовых договоров, предусматривающих предельный срок оплаты продукции);

в) стандарты кредитоспособности (критерии, по которым поставщик определяет финансовую состоятельность покупателя и вытекающие отсюда возможные варианты оплаты);

г) система сбора платежей (сюда входят процедуры взаимодействия с покупателями в случае нарушения условий оплаты, совокупность показателей, свидетельствующих о существенности нарушений в оплате, система наказания недобросовестных контрагентов и др.);

д) система предоставляемых скидок.

Как бы ни была эффективна система отбора покупателей, в ходе взаимодействия с ними не исключаются всевозможные накладки, поэтому организация вынуждена создать систему контроля над исполнением покупателями платежной дисциплины. В большинстве случаев работа с новым контрагентом начинается на условиях предоплаты. После того как накоплена статистика платежей и поставок по контрагенту, ему может быть предоставлен кредитный лимит.

Результаты анализа прибыли и рентабельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» показали, что деятельность предприятия эффективна, предприятие наращивает темпы товарооборота.

2.3 Факторный анализ прибыли и рентабельности предприятия

Проанализируем влияние объема продаж и уровня рентабельности (доходности) продаж на изменение прибыли от продаж. Исходные данные для проведения факторного анализа приведены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Исходные данные для проведения факторного анализа прибыли от продаж

Наименование товарных групп	Количество проданных товаров, ед.		Средняя цена реализации, тыс. руб.		Средняя себестоимость 1 ед. продукции, тыс. руб.		Сумма прибыли продаж, тыс. руб.	
	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год
Алюминиевые системы	125	139	73,7	81,8	60,5	69,5	1650	1710
Комплекующие к окнам из ПВХ	164	174	90,3	102,9	67,3	79,1	3780	4150
Профили ПВХ	136	144	116,2	111,8	78,4	73,1	5150	5570
Уплотнители для ПВХ	182	204	83,1	84,4	71,3	71,7	2150	2580
Фурнитура	302	311	29,6	51,2	23,5	43,6	1851	2346
Итого	–	–	–	–	–	–	14581	16356

Расчет влияния факторов на прибыль от продаж приведен в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Расчет влияния факторов на прибыль от продаж

Наименование товаров, работ, услуг	Отклонение от прибыли 2015 года, тыс. руб.				Расчет		
	Общее	в том числе за счет:					
		объема продаж	цены	Себестоимости	объема продаж	цены	Себестоимости
Алюминиевые системы	60	185	1127	-1252	1835	2962	1710
Комплекующие к окнам из ПВХ	370	230	2196	-2057	4010	6207	4150
Профили ПВХ	420	303	-636	753	5453	4817	5570
Уплотнители для ПВХ	430	260	258	-88	2410	2668	2580
Фурнитура	495	55	6709	-6269	1906	8615	2346
Итого	1775	1033	9653	-8912	0	0	0

В целом прибыль от продаж по данным наименованиям выросла на 1775 тыс. руб. за 2016 году по сравнению с 2015 годом.

Можно отметить снижение прибыли от продаж почти по всем товарным группам за счет роста себестоимости. Увеличение продажных цен привело к росту прибыли от продаж по всем товарным группам, за исключением

профилей ПВХ. Увеличение количества проданных товаров также привело к росту прибыли.

Структура влияния факторов на прибыль от продажи отдельных видов товаров (работ, услуг) в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» приведена на рисунке 2.8.

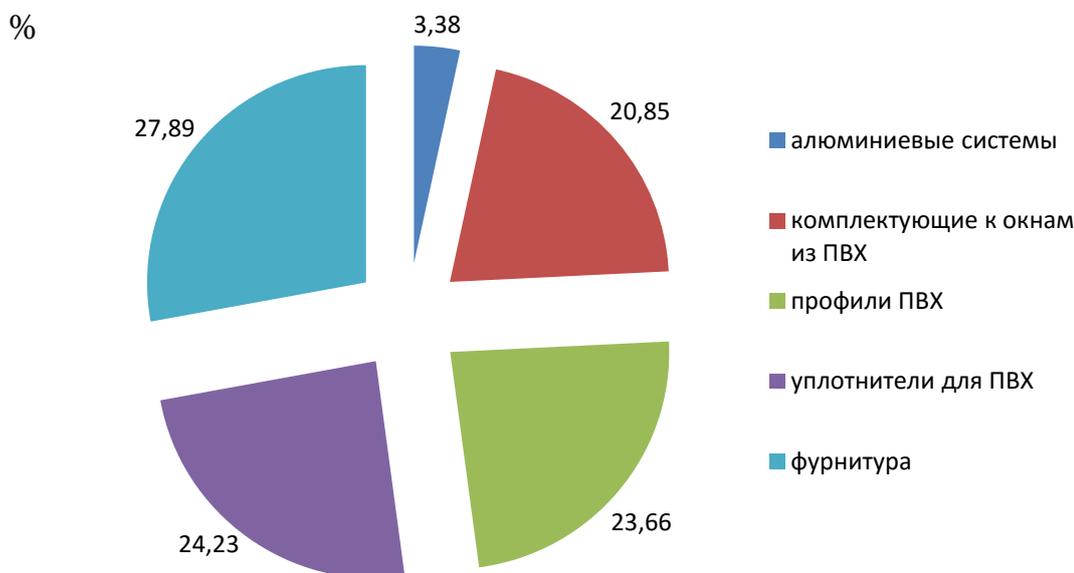


Рисунок 2.8 – Структура влияния факторов на прибыль от продажи отдельных видов товаров (работ, услуг) в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Таким образом, основное влияние оказали продажи фурнитуры (27,89%), уплотнители ПВХ (24,23%) и профили ПВХ (23,66%). Это вызвано тем, что предприятие расширило ассортимент фурнитуры, а уплотнители и профили ПВХ высокого качества, которые оценили многие постоянные клиенты.

В целом, можно отметить, что на прибыль от продаж повлияло рост цен и увеличение количества проданных товаров.

Для оценки влияния факторов на рентабельность продаж отдельных видов товаров в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» за счет влияния объемов продаж и прибыли от продаж использованы следующие исходные данные (таблица 2.12).

Таблица 2.12 – Исходные данные для факторного анализа рентабельности продаж отдельных видов товаров (работ, услуг) в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Наименование товаров, работ, услуг	Выручка от продаж, тыс. руб.		Прибыль от продаж, тыс. руб.		Рентабельность продаж, %	
	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год
Алюминиевые системы	9208	11366	1650	1710	17,92	15,04
Комплекующие к окнам из ПВХ	14809	17908	3780	4150	25,53	23,17
Профили ПВХ	15808	16102	5150	5570	32,58	34,59
Уплотнители для ПВХ	15122	17208	2150	2580	14,22	14,99
Фурнитура	8941	15916	1851	2346	20,70	14,74
Итого	63888	78500	14581	16356	22,82	20,84

Расчет влияния факторов приведен в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Оценка влияния факторов на рентабельность продаж отдельных видов товаров (работ, услуг) в ООО «ТД Инвест-Трейд»

Наименование товаров, работ, услуг	Расчет		Отклонение от 2015 г., %		
	объем продаж	прибыль	В том числе за счет:		
			объем продаж	прибыль	общее влияние
Алюминиевые системы	14,52	15,04	-3,40	0,53	-2,87
Комплекующие к окнам из ПВХ	21,11	23,17	-4,42	2,07	-2,35
Профили ПВХ	31,98	34,59	-0,59	2,61	2,01
Уплотнители для ПВХ	12,49	14,99	-1,72	2,50	0,78
Фурнитура	11,63	14,74	-9,07	3,11	-5,96
Итого	18,57	20,84	-4,25	2,26	-1,99

Таким образом, за 2016 год рентабельность продаж снизилась по таким товарным группам, как алюминиевые системы (-2,87%), комплекующие к окнам из ПВХ (-2,35%) и фурнитуре (-5,96%). Снижение было вызвано сокращением объемов продаж. При этом рентабельность профилей ПВХ и уплотнителей ПВХ наоборот выросла на 2,01% и соответственно на 0,78%. Хотя у данных товарных групп также наблюдается снижение рентабельности за счет снижения объемов продаж. За счет роста цен прибыль от продаж по всем товарным группам выросла, в результате чего рентабельность продаж из-за

роста прибыли увеличилась.

Далее необходимо оценить влияние факторов на рентабельность активов и собственного капитала (таблица 2.14).

Таблица 2.14 – Оценка влияния факторов на рентабельность активов и

собственного капитала ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Показатели	Формулы	2015 год	2016 год	Отклонение
1. Чистая прибыль, тыс. руб.	Стр. 2400 ф.№2	14063	15854	1791
2. Прибыль от продаж, тыс. руб.	Стр. 2200 ф.№2	14581	16356	1775
3.Средние остатки всех активов, тыс. руб.	(стр.1600н + стр.1600к): 2 ф. №1	27228	32082	4854
4.Средние остатки собственного капитала, тыс. руб.	(стр.1300н + стр.1300к + стр.1540н + стр.1540к): 2 ф.№1	14199	15365	1166
5. Выручка от продаж, тыс. руб.	Стр. 2110 ф.№2	63888	78500	14612
6. Рентабельность активов по прибыли от продаж, %	$R_{пр}^A = \frac{\Pi_{пр}}{A}$	0,54	0,51	-0,03
7.Коэффициент оборачиваемости всех активов в оборотах	$K_{об(а)} = \frac{B}{A}$	2,35	2,45	0,10
8. Рентабельность продаж, %:				0
а) по прибыли от продаж	$R_{пр} = \frac{\Pi_{пр}}{B}$	0,23	0,21	-0,02
б) по чистой прибыли	$R_{пр}^{чп} = \frac{\Pi_{ч}}{B}$	0,22	0,20	-0,02
9.Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли, %	$R_{ск} = \frac{\Pi_{ч}}{СК}$	0,99	1,03	0,04
10. Коэффициент финансовой маневренности	$K_{фм} = \frac{A}{СК}$	1,92	2,09	0,17
11. Изменение рентабельности активов за счет:				-0,02
а) коэффициента оборачиваемости всех активов	$\Delta R_0(K_{об}) = \Delta K_{об(а)} \times R_{пр0}$		0,02	-0,51
б) рентабельности продаж по прибыли от продаж	$\Delta R_0(R_{пр}) = K_{об(а)}' \times \Delta R_{пр}$		0,51	0,49

Окончание таблицы 2.14

Показатели	Формулы	2015 год	2016 год	Отклонение
12. Изменение рентабельности собственного капитала за счет:				0,04
а) коэффициента оборачиваемости всех активов	$R_{ск}(K_{об}) = \Delta K_{об}(a) \times R_{пр0}^{чп} \times K_{фм0}$		1,03	0,04
б) рентабельности продаж по чистой прибыли	$R_{ск}(R_{чп}) = K_{об}(a) \times \Delta R_{чп} \times K_{фм0}$		0,95	-0,09
в) коэффициента финансовой маневренности	$R_{ск}(K_{фм}) = K_{об}(a)' \times R_{чп} \times \Delta K_{фм}$		1,03	0,08

Таким образом, рентабельность активов сократилась на 2% за счет влияния следующих факторов:

- за счет ускорения оборачиваемости активов рентабельность активов сократилась на 51,3%;

- за счет снижения рентабельности продаж по прибыли от продаж рентабельность активов выросла на 48,7%.

Рентабельность собственного капитала выросла на 4,1% за счет влияния следующих факторов:

- увеличение коэффициента оборачиваемости всех активов привело к росту рентабельности собственного капитала на 4,2%;

- снижение рентабельности продаж по чистой прибыли способствовало снижению

- увеличение коэффициента финансовой маневренности привело к росту рентабельности собственного капитала на 8,4%.

Выводы по разделу два

Результаты проведенного анализа позволили сформулировать следующие выводы. Исследуемое предприятие ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» функционирует в торговой сфере, в частности реализует оптом и в розницу пластиковые и алюминиевые профили, а также комплектующие для производства окон. Численность предприятия составляет 20 чел.

Анализ структуры доходов предприятия показал, что в выручке от продаж основная доля приходится на продажи комплектующих к окнам из ПВХ – в 2016 году 20,3%, уплотнители для ПВХ чуть меньше – 19,5%, профили ПВХ – 18,2% и фурнитура – 18%. Доля прочих доходов не превысила даже 12%. Изучая прибыльность всех товарных категорий, было установлено, что в целом рентабельность продаж снизилась за последние два года с 22,82% до 20,83%, то есть на 2 коп. с 1 руб. продаж. В частности снижение доходности наблюдалось по алюминиевым системам и комплектующим к окнам из ПВХ. Проведение факторного анализа показало, что наблюдается снижение прибыли от продаж вызвано ростом себестоимости товаров.

В целом, можно отметить следующие негативные моменты в работе ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»:

а) превышение темпа роста затрат над темпом роста выручки от продажи что способствовало снижению рентабельности продаж продукции на 1,99%;

б) выросло количество сделок с высоким уровнем риска, что вызвано предоставлением товарного кредита непроверенным покупателям;

в) продолжительность отсрочки платежа возросла, что приводит к замедлению оборачиваемости средств в расчетах.

Устранение перечисленных проблем позволит компании повысить доходность своего бизнеса.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ИНВЕСТ-ТРЕЙД»

3.1 Проблемы, выявленные в ходе анализа прибыли

По итогам исследования были сформулированы основные проблемы, влияющие на снижение прибыли ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»:

- Снижение рентабельности продаж продукции.

В результате превышения темпа роста затрат над темпом роста выручки от продажи, рентабельность продаж продукции снизилась на 1,99%.

ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» является посредником между производителями оконных конструкций и потребителями, реализую продукцию как в розницу, так и оптом. Специализация компании – пластиковые и алюминиевые профили и комплектующие для производства окон.

Проанализировав бухгалтерскую отчетность предприятия за 2016 год, можно говорить о необходимости расширения ассортимента, так как уровень конкуренции постоянно растет, в результате рентабельность продаж предприятия снизилась с 22,82% до 20,84% в 2016 году.

В настоящее время с целью повышения уровня прибыли необходимо создать такие дополнительные свойства, ценность, сервис и качество, чтобы привлечь новых покупателей, а также закрепить лояльность постоянных. Эта тактика должна сопровождаться снижением издержек производства и не должна рассматриваться как его альтернатива. Те фирмы, которые являются успешными на протяжении более или менее длительного периода времени, практически всегда стараются предоставить своим покупателям нечто большее – больше, чем они предоставляли год назад, и больше, чем их конкуренты.

Другой причиной снижения прибыли, а значит и рентабельности, является отсутствие навыков у менеджеров по продажам общения с клиентами.

Зачастую менеджеры сначала звонят, а потом по ходу уже разбираются с нюансами и тонкостями продаж, чем понижают результативность заключения

сделки. Другой проблемой является неумение собрать нужную информацию о клиенте. Менеджер по продажам пытается, не выявив потребность клиента, сразу же продать услугу или товар. При этом темп речи достаточно высокий, в результате клиент не сразу понимает менеджера.

Одним из важнейших действий менеджера по продажам – продать не продукт, а его ценность и выгоду, которые получит клиент. Однако ситуация в исследуемом предприятии прямо противоположная – менеджер по продажам рассказывает о характеристиках продукта, вдаётся в технические тонкости, которые клиента не интересуют, или он не понимает их значение.

Другой типичной ошибкой в организации рабочего процесса менеджера по продажам – это неумение разделить дела: звонки совмещены с тем, что менеджер сразу же выполняет то, о чем договорились при звонке. В результате снижается качество работы, накапливается больше усталости. В компании нет разделения звонков и бумажной работы, хотя бы с интервалом в час.

Многие менеджеры по продажам ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» успокаиваются сразу после того, как компания сделала первый заказ. Однако потребности еще не до конца выявлены, компания еще не стала лояльной, и на данном этапе особенно важно продолжить общение, чтобы понять, насколько заказчик остался доволен, все ли его устроило;

– Продажи в кредит непроверенным покупателям, что влечет за собой рост рискованных сделок.

Так как ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» уже длительное время находится на рынке сбыта готовой продукции, он работает в основном с крупными, уже проверенными временем заказчиками. Но в связи с возникшим кризисом ситуация на рынке изменилась. Появились новые, более мелкие организации, которым проще «выжить» на рынке сбыта во время кризиса. И чтобы удержаться в своем сегменте рынка ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» начинает сотрудничать с новыми, «непроверенными» контрагентами, тем самым увеличивая риск неплатежей;

– Предоставление значительных отсрочек платежей, предоставление

необоснованных скидок.

С целью расширения рынков сбыта менеджеры предприятия предоставляют своим клиентам длительные отсрочки платежа. Однако данный маневр не всегда обеспечивает прибыльность торговой деятельности, зачастую увеличивая расходы по финансированию задолженности, что приводит к убыточности продаж. Кроме того, менеджерам предприятия не хватает опыта и соответствующих внутренних ресурсов для управления расчетов с покупателями. Именно поэтому отсутствует эффективный контроль за предоставлением кредита и получением оплаты, не проводятся мониторинг ситуации с расчетами и работа по взысканию задолженности;

– Отсутствие системы планирования ассортимента.

Изучая ассортиментную матрицу компании, можно сделать вывод, что виды реализуемых товаров аналогичны тем категориям товаров, которые предлагают конкуренты ООО «Торговый дом Инвест-Трейд». Ассортиментный портфель предприятия не пересматривается, что не может не сказаться на снижении прибыли. Рост конкуренции в сфере продаж оконных систем значителен в последние годы. Качественные оконные конструкции с пластиковым профилем служат десятилетия, а компаний, предлагающих их, более, чем достаточно. Пластиковые окна в Челябинске предлагает огромное количество компаний. Некоторые работают уже несколько лет, другие основаны сравнительно недавно.

Так, по данным отраслевого центра О.К.Н.А. Маркетинг и портала Окна Медиа рынок ПВХ-конструкций в первом полугодии 2016 года сократился на 14% по сравнению с аналогичным периодом 2015 года. Сокращение спроса на пластиковые окна происходит во всех целевых сегментах. Потенциал роста оконного рынка налицо, так как за 4 года его падения накопился большой отложенный спрос, который даст о себе знать при первых же показателях улучшения в экономике. Начала восстановления в строительном сегменте стоит ожидать через 1-2 года - такие проекты являются долгосрочными. В данной ситуации основным направлением развития компании является расширение

ассортиментной линейки, например, предлагать клиентам такой продукт, который на рынке еще не достаточно развит;

В компании не осуществляется анализ динамики объема продаж по каждой категории товаров, маржинального дохода, средней суммы покупки и количества покупок, что могло бы быть использовано для коррекции ассортиментной политики и ценовой стратегии.

Эффективное управление ассортиментом в компании позволяет решить целый ряд важнейших проблем: увеличить оборачиваемость товаров, снизив при этом товарный запас; минимизировать количество потерянных вследствие дефектуры покупателей.

3.2 Программа оптимизации работ по увеличению прибыли и рентабельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Результаты анализа свидетельствуют о необходимости расширения ассортиментной линейки, что позволит повысить прибыль и рентабельность.

Сегодня в России создана современная высокотехнологичная отрасль по проектированию, производству и монтажу оконных конструкций. На рынке работает большое количество компаний-производителей, существует множество видов и технологий изготовления окон. Отличаются оконные конструкции и по материалу, из которого они сделаны:

- дерево;
- алюминий;
- ПВХ;
- стеклопластик;
- сталь;
- комбинированные материалы.

Основную долю занимают окна ПВХ – на них приходится около 80% рынка. Еще более 15% занимают алюминиевые и деревянные окна, менее 5 % приходится на все остальные виды.

На сегодня окна ПВХ – это самый популярный и самый экономичный вид окон. Пластиковые окна появились в нашей стране в 90 годах и сейчас они завоевали огромную долю рынка – пластиковые окна есть почти в каждой квартире, окнами ПВХ оснащаются новостройки и дома, построенные несколько десятилетий назад. Производство пластиковых окон имеет множество возможностей для удовлетворения любых клиентских запросов.

Однако, оконный рынок в России перенасыщен – в каждом регионе, в том числе и в Челябинской области, несколько сотен компаний, предлагающих свои услуги по производству, продаже и установке оконных конструкций. Компаниям приходится находить разные способы для привлечения клиентов. Неудивительно, что почти каждая компания предлагает огромное количество скидок и акций.

Одним из направлений развития для ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» может стать торговля новым видом продукции - «smart» окнами. Данный вид продукции основан на использовании стекла с переключаемой прозрачностью, что становится популярным в архитектурной среде и отражает современные тенденции развития интерактивных устройств. Такой ультрасовременный элемент дизайна ориентирован на высокие достижения в области техники, и то, что казалось невероятным еще несколько лет назад, теперь становится реальностью. На выставке Glasstec 2016 (Дюссельдорф, Германия) компании-производители представили инновации в области изготовления и применения Smart-стекла.

Новые тенденции в стекольной промышленности, представленные на выставке Glasstec 2016, показали, что смарт-стекло может скоро войти в нашу повседневную жизнь. Помимо всех функциональных преимуществ это еще и экономия энергии, защита от УФ-излучения, снижение шума, безопасность в эксплуатации и многое другое. Оно способно выступать в качестве элемента декорирования и создания приватности пространства.

Одной из таких компаний, производящих в России умные окна, является ООО «Приват Гласс» – российская инжиниринговая компания полного цикла,

специализирующая на разработке и внедрении высокотехнологичных решений в области стекла. За 10 лет своего существования компания приобрела грандиозный опыт реализации проектов повышенной сложности и создания функциональных изделий из стекла вместе с такими материалами, как металл, дерево, натуральный и искусственный камень.

Компания изготавливает окна с переменной прозрачностью на базе технологии PG Macig. Данная технология используется в целях обеспечения приватности. То есть потребитель сам управляет режимом прозрачности и выбирает, когда окно будет полностью прозрачным, а когда станет матовым не прозрачным, обеспечивая конфиденциальность и защищенность от посторонних взглядов. А когда понадобится, одним нажатием кнопки можно снова сделать окружающее пространство прозрачным, наполнив его светом и визуально расширив границы помещения. Стеклопакеты с переменной прозрачностью, изготавливаемые по технологии триплексования, обладают повышенной шумоизоляцией, поглощают ультрафиолетовое излучение, безопасны в эксплуатации. Умные окна широко применяются в панорамном остеклении, в остеклении зимних садов и террас, в остеклении нижних этажей.

Рассмотрим варианты окон, изготавливаемых компанией:

1. Обогреваемые окна, изготовленные по технологии PG Warmer, применяются для обеспечения дополнительного климатического комфорта в помещении. Такие окна обладают рядом преимуществ по сравнению с обычными окнами и стеклопакетами, что особо важно в условиях холодного климата. Это безупречная теплоизоляция, отсутствие тяги холодного воздуха от окна, предотвращение образования конденсата. Управление обогреваемыми окнами может осуществляться как с применением простых терморегуляторов, так и на основе технологии Wi-Fi, со смартфонов и планшетов, может быть интегрировано в систему «Умный дом».

2. Электрохромные окна, производимые по технологии PG Control, работают по принципу очков-хамелеонов. Принцип действия электрохромного окна основан на изменении стеклом своих поглощающих свойств под

действием электрического тока. При ярком солнечном свете элетрохромные окна меняют свой цвет на синий, обеспечивая комфортное освещение и температуру в помещении. Электрохромные окна все чаще используются в проектировании зданий «нового поколения», проектах, оснащенных инновационными продуктами, в частных домах для достижения максимально комфортных условий. Устанавливая электрохромные окна, Вы выбираете ультрасовременное решение, обеспечивающее повышенную шумоизоляцию, защиту от инфракрасного излучения, значительное уменьшение бликов, сокращение расходов на кондиционирование. Потребление электроэнергии происходит только при переключении режима.

3. Окна со светодиодами, изготовленные по технологии PG Light – оригинальное декоративное решение. Светодиоды столь малы, что в светлое время суток они не будут заметны невооруженным глазом, а в темноте будут светиться, словно звездное небо в ясную ночь. Led диоды можно расположить в любом порядке: в виде отдельных композиций, символов, букв и т.п. Широка и цветовая гамма – теплый или холодный белый, красный, синий, зеленый, желтый, RGB. Окна со светодиодной подсветкой – это безусловно, неординарное декоративное решение!

4. Витражные окна – это один их наиболее ярких способов изменить облик дома, офиса или квартиры. Стоит в помещении появиться даже маленькому элементу из цветного стекла и новыми красками заиграет весь интерьер. Наши опытные мастера порекомендуют подходящую именно Вам технику исполнения витража (классический витраж, тиффани, комбинируванный и др), цветовую гамму, подготовят эскиз. Витражное окно без сомнения станет доминантой Вашего интерьера. Стеклопакеты с витражами могут быть однокамерными, многокамерными, с использованием стекол различной толщины и характеристик, а также максимально безопасные стеклопакеты из триплекса с установленным внутри витражом.

Технологии могут комбинироваться в одном стеклопакете:

- стекло с переменной прозрачностью + обогреваемое стекло

- стекло с переменной прозрачностью + светодиодное стекло
- стекло с переменной прозрачностью + электрохромное стекло
- витраж + обогреваемое стекло
- витраж + светодиодное стекло

Каждая из представленных выше технологий производства окон и стеклопакетов обладает широким набором функциональных и декоративных свойств и характеристик, но практически все они обладают повышенной шумоизоляцией, теплоизоляцией, поглощают ультрафиолетовое и инфракрасное излучение.

Изучение рынка г. Челябинск и Челябинской области показало, что данная ниша практически не заполнена. В г. Челябинск функционирует лишь одна компания, устанавливающая умные окна – ООО «Окна КЛАСС».

Став дилером ООО «Приват Гласс» в г. Челябинск, ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» получит следующие преимущества:

- широкий ассортимент выпускаемой продукции;
- индивидуальный подход к каждому дилеру;
- гибкая система скидок;
- информационная и техническая поддержки;
- методические и рекламные материалы;
- образцы продукции по вашему заказу;
- специализированное программное обеспечение;
- доставка товара в любой регион России.

Расширение ассортиментной линейки позволит ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» найти новых покупателей. Основные преимущества, получаемые заказчиками умных окон:

- отделочные материалы и мебель не будут выцветать под воздействием УФ;
- затраты на отопление, кондиционирование существенно снизятся;
- шторы, жалюзи, гардины как статья расходов перестанут существовать;
- не понадобится тонировка –smartglass затемняется по желанию.

Smartglass– электро-тонировка, убираемая с пульта.

Таким образом, монтаж и установка смарт окон в г. Челябинск и Челябинской области – ниша, которая практически не имеет конкурентов. Низкий уровень конкуренции (только одно предприятие предлагает своим клиентам смарт окна, являясь официальным дилером немецкой компании).

По некоторым подсчетам, в частном доме среднего размера за отопительный сезон энергоэффективные окна экономят объем тепла, для получения которого необходимо 300 кг жидкого топлива. Например, если на обогрев среднего дома в холодное время года расходуется примерно 150 кВт, то окна с энергосберегающим стеклом позволяют сократить этот показатель на 30–40 %, до 90 кВт. Ну а в денежном выражении экономия за отопительный сезон достигает 3000 руб.

Правильная маркетинговая стратегия, качественный монтаж, индивидуальный подход позволят ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» повысить рентабельность своей деятельности.

3.3 Расчет экономического эффекта от внедрения предложенных мероприятий

Для оценки эффективности рассматриваемого проекта необходимо оценить финансовые затраты по приобретению смарт окон, а также спрогнозировать объемы заказов.

Стоимость умных окон различна, она зависит от выбранного варианта:

- устанавливается смарт-стекло;
- наклеивается смарт-пленка на установленные ранее стандартные стекла.

У стекла и у пленки smartglass цена существенно отличается: на умное стекло цена выше, на пленку – ниже, но и характеристики несколько другие (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Закупочные цены умных окон, руб.

Смарт стекло PDLC	4x4мм сырое	4x4мм закаленное	5x5мм сырое	5x5мм закаленное	Стеклопакет однокамерный	Стеклопакет двухкамерный
До 10 кв. м.	58 500	61 750	63 700	68 250	65 000	68 250
До 30 кв. м.	55 250	60 450	60 450	64 350	61 750	63 700
От 30 до 50 кв. м.	52 000	55 250	57 200	61 750	58 500	59 800
Свыше 50 кв. м.	Договорная					
Контроллер управления стеклом	8500 рублей с пультом дистанционного управления / 3000 рублей без дистанционного управления					

В таблице 3.1 приведены цены на smart стекла. По условиям дилерского контракта ООО «Приват Гласс», отпуск по оптовым ценам осуществляется при покупке стекла в объеме от 30 до 50 кв. м. Применение пленки обойдется дороже, чем стекла. Нужно продумать способ закрытия контактов, избегать попадания воды на поверхность. Со временем на пленке появляются царапины. Поэтому приобретение пленки экономически не целесообразно.

Для тестирования данного направления рекомендуется приобрести однокамерные и двухкамерные стеклопакеты объемом 30 кв.м. Расходы по приобретению smart окон приведены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Расходы по приобретению smart окон

Наименование	Сумма
Цена за закаленное (4мм) стекло, руб./кв.м	55 250
Количество, кв. м	30
Цена за закаленное (5мм) стекло, руб./кв.м	61 750
Количество, ед.	30
Доставка, руб.	30 000
Итого затрат, руб.	3 540 000

Таким образом, затраты на приобретение smart окон составят почти 3,5 млн. руб.

Производство, монтаж умных стекол и обычных существенно различаются: стандартные панели подгоняют под размеры, smartglass изготавливают по размерам. При установке smart-стекла сначала осуществляют замеры для

профиля, затем устанавливают профиль, после этого опять осуществляют замеры, и уже на основе полученных данных изготавливают панель.

Определиться с размерами заказчикам помогут менеджеры, которые оказывают всеобъемлющую консультационную поддержку и полный спектр услуг:

- проектирование;
- 3D-моделирование;
- доставка на место установки.

Оценим затраты на проведение рекламы «Smart-окон» для привлечения новых заказчиков.

Так, размещение строчного рекламного объявления в газете «Соседи», тираж которой 450000 экз. составляет 14 руб. за 1 печатное слово. Предполагается рекламный слоган, состоящий из 6 слов, то есть стоимость рекламы в 20 выходах газеты составит 1680 руб. (14 руб./слово × 6 слов × 20 шт.). Преимуществом размещения рекламы в данной газете является ее территория распространения - г. Челябинск + города спутники, способ распространения бесплатно по почтовым ящикам.

Затраты на рекламу с помощью раздачи листовок состоят из заработной платы промоутера и стоимости печати листовок.

Планируется нанять 3 промоутеров в разных районах города на 14 дней, заработная плата за день 300 руб.

Сумма заработной платы составит:

$$14 \text{ дн.} \times 300 \text{ руб./дн.} \times 3 \text{ чел.} = 12600$$

Печать листовок планируется ризографом. Основное достоинство ризографии - это оперативность (изготовление всего объема в течение суток) и низкая цена единицы практически на любых тиражах. Это самый дешевый метод. Так, для формата А6 при тираже 1000 экземпляров цена составит 25 коп. с учетом однотонной заливки.

Таким образом, стоимость печати листовок составит:

$$1000 \text{ экз.} \times 0,25 \text{ руб.} = 250 \text{ руб.}$$

Общая сумма затрат по раздаче листовок составит:

$$12600 + 250 = 12850 \text{ руб.}$$

Затраты на рекламу приведены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Затраты на рекламу

Виды рекламы	Сумма, руб.
Газета «Соседи»	1680
Листовки	12850
Всего затрат	14530

Таким образом, общая сумма затрат на рекламу составит 14530 руб.

Определим себестоимость смарт стекла.

Для этого необходимо распределить транспортные и рекламные расходы.

Расходы по доставке – 2000 руб.

Расходы на рекламу – 14500 руб.

Итого 16500 руб.

Коэффициент распределения:

$$16500 / (55\ 250 * 30 + 61\ 750 * 30) = 0,004709$$

Цена за закаленное (4х4мм) стекло, руб./кв.м:

$$55\ 250 + 55\ 250 * 0,004709 = 55\ 510 \text{ руб.}$$

Цена за закаленное (5х5мм) стекло, руб./кв.м:

$$61\ 750 + 61\ 750 * 0,004709 = 62\ 041 \text{ руб.}$$

Для определения объемов продаж окон из смарт стекла, был проведен опрос среди постоянных заказчиков ООО «Торговый дом Инвест-Трейд». На рисунке 3.1 приведены результаты опроса.

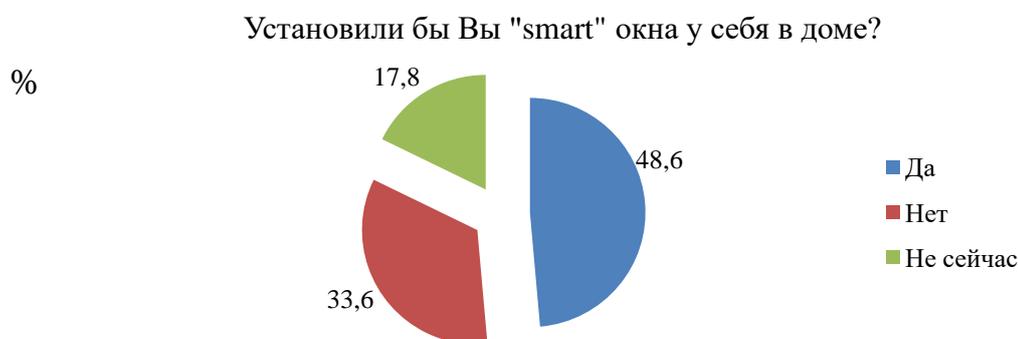


Рисунок 3.1 – Результаты опроса постоянных заказчиков
ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Таким образом, опрос был проведен среди покупателей. Опрошено было 107 человек, из которых согласились 52 чел., отказались 36 чел. и ответили не сейчас – 19 чел. Прежде чем получить ответ, каждому респонденту было рассказано о преимуществах умных окон, приведены цифровые данные о примерной стоимости окна, представлены были сравнительные данные о стоимости стеклопакета из обычного стекла и умного стекла.

Исходя из опроса, можно взять предполагаемое количество продаж 52 заказчикам. Спрогнозируем выручку от продаж, взяв среднюю стоимость окна. На рисунке 3.2 приведена схема окна.

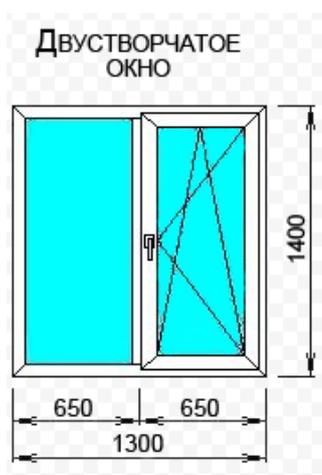


Рисунок 3.2 – Размеры стандартного окна

Площадь данного стеклопакета составляет 0,88 кв.м. при толщине стекла 4х4 мм.

Себестоимость смартстекла для одного стеклопакета составит:

$$0,88 * 55\ 510 = 48\ 850 \text{ руб.}$$

Прогнозируемое количество клиентов по данным опроса – 52 чел.

Торговая наценка на всю продукцию, предлагаемую ООО «Торговый дом Инвест-Трейд», равна 35%.

Выручка от продаж составит:

$$48\ 850 * 35\% * 52 = 3\ 429\ 270 \text{ руб.}$$

Таким образом, возможная величина дополнительной выручки предприятия от продажи смарт окон 2,5 млн. руб.

Спрогнозируем финансовые результаты за счет расширения ассортимента(таблица 3.4).

Таблица 3.4 – Прогноз финансовых результатов от продажи товаров

В тыс. руб.

Показатели	2016 год	Прогноз	Изменение	Темп роста, %
Выручка от продаж, тыс. руб.	78500	81929	3429	104,4
Себестоимость продаж, тыс. руб.	41429	43969	2540	106,1
Коммерческие расходы, тыс. руб.	20715	20715	–	100,0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	16356	17245	889	105,4
Рентабельность продаж, %	20,8	21,0	0,2	

Таким образом, объем выручки от продаж увеличится на 4,4% или на 3429 тыс. руб. за счет продажи смарт окон. Себестоимость продаж выросла на 2540 тыс. руб. или на 6,1% (по данным таблицы 3.4). В результате прибыль от продаж составила 17245 тыс. руб. (81929 – 43969 – 20715) и выросла на 889 тыс. руб. или на 5,4%. Соответственно рентабельность продаж вырастет на 0,2%.

На рисунке 3.3 приведена динамика прогнозных показателей.

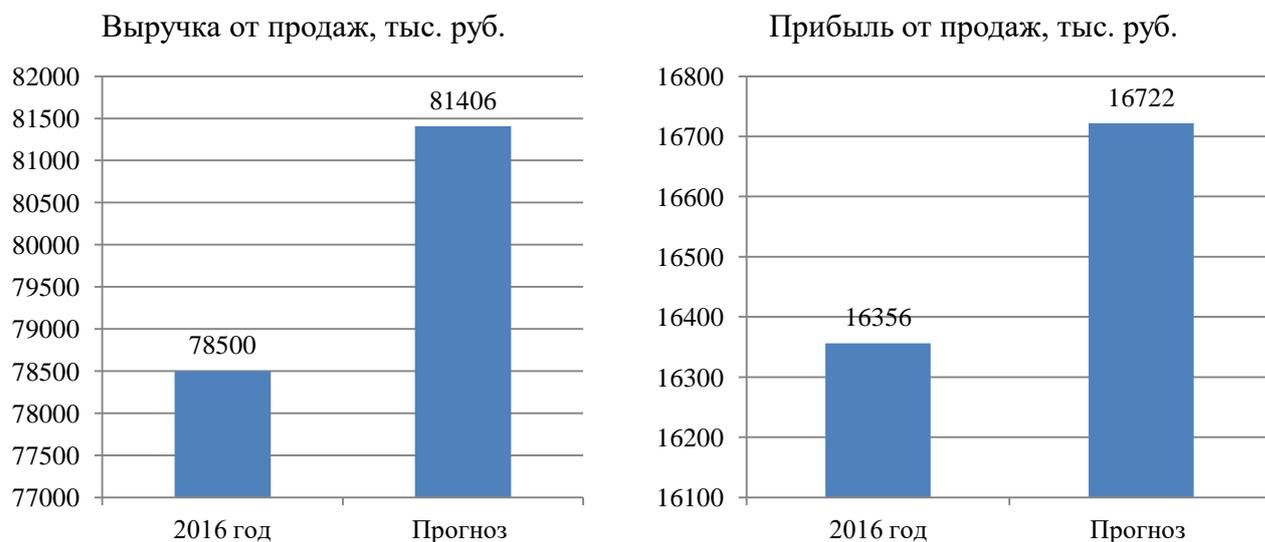


Рисунок 3.3 – Прогноз финансовых результатов за счет продажи смарт окон

Полученные результаты свидетельствуют о возможности получения дополнительной прибыли в результате расширения ассортимента.

Далее необходимо спрогнозировать изменение прибыли предприятия за счет продажи смарт окон (таблица 3.5).

Таблица 3.5 – прогноз роста прибыли ООО «Торговый дом Инвест-Трейд»

Показатели	2016 год	Прогноз	Изменение	
			тыс. руб.	%
Прибыль (убыток) от продаж	16356	16722	366	102,2
Прибыль (убыток) от прочей деятельности	2669	2669	0	100,0
Прибыль (убыток) до налогообложения	19025	19391	366	101,9
Чистая прибыль	15854	16032	178	101,1

Таким образом, в результате расширения ассортиментного портфеля компании сможет увеличить не только прибыль от продаж на 366 тыс. руб. или на 2,2%, но и прибыль до налогообложения – на 1,9% (+366 тыс. руб.) и чистую прибыль – на 1,1% (+178 тыс. руб.).

Полученные результаты свидетельствуют, что контроль ассортимента продукции услуг, предлагаемые ООО «Торговый дом Инвест-Трейд», позволит увеличить продажи за счет предложения новых видов услуг, удовлетворить потребности самого требовательного клиента и повысить уровень лояльности к себе.

Выводы по разделу три

ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» является посредником между производителями оконных конструкций и потребителями, реализуя продукцию как в розницу, так и оптом. Анализ проблем компании показал, что одной из основных является отсутствие планирования ассортимента товаров и услуг. Руководство компании не следит за изменениями на оконном рынке, что привело к снижению рентабельности.

Резервами повышения эффективности продаж в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» может стать введение в ассортиментную линейку «smart» окон.

По мере роста тарифов энергосберегающие технологии играют в жизни

наших соотечественников все больше значения. Во многих городских квартирах устанавливают счетчики на тепло, а владельцы частных домов и коттеджей задумываются о возможности снизить затраты на отопление. С этой целью компании было предложено предлагать своим заказчикам умные окна.

Таким образом, учитывая не только энергоэффективность смарт окон, но и переходя к реальной экономической эффективности, можно получить надежный критерий для выбора конструкции окон в каждом регионе и в каждом конкретном случае.

Особо важным является правильный выбор окон в массовом жилищном строительстве, как во вновь возводимых, так и в реконструируемых домах. Именно поэтому введение в ассортиментную линейку смарт окон позволит ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» расширить список оптовых заказчиков, среди которых застройщики малоэтажных домов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование теоретических аспектов анализа прибыли и рентабельности позволило сделать ряд выводов.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время без грамотного анализа рентабельности деятельности предприятия и выявления факторов, влияющих на эту величину невозможно повысить уровень получаемой прибыли.

В условиях рыночной экономики любая коммерческая организация стремится к извлечению экономических выгод; именно эта целевая направленность в деятельности является существенной в деловой активности организации, это же обстоятельство признается важнейшим с точки зрения условий формирования финансовых ресурсов любой организации, ее финансового капитала. Эффективными продажами можно считать продажи, которые стремятся к максимально возможной прибыли в существующих условиях.

Рассматривая предприятия отрасли торговли, развитие торгового предприятия, его экономического роста должно происходить при соблюдении ряда условий: роста прибыли от продаж товаров, учета спроса на товары, исследование поведения покупателей и их активности, внедрения современных технологий продаж, роста конкурентоспособности и в конечном итоге увеличение бизнеса компании. Увеличение роста продаж и прибыли достигается путем диагностирования сложившейся системы продаж в компании с целью ее улучшения и доработки.

Анализ и оценка прибыли была проведена по материалам торговой компании ООО «Торговый дом Инвест-Трейд», которая работает на рынке окон 12 лет.

Для анализа прибыли и рентабельности ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» было проведено исследование объемов товарооборота по видам продукции, оценена динамика прибыли и рентабельности, а также проведен факторный анализ.

Анализ товарооборота предприятия показал, что в 2015 г. по сравнению с 2014 г. сокращение товарооборота произошло по всем видам продукции, а наибольшее в части продажи уплотнителей для ПВХ (-6 328 тыс. руб.), в 2016 г., наоборот, товарооборот увеличился по всем группам показателей, при этом наибольший рост произошел в части продажи фурнитуры.

Оценка валового дохода исследуемого торгового предприятия показала, что вложения дополнительных средств в себестоимость товаров и издержки принесли отдачу. В результате предприятие смогло получить большую прибыль, однако снизилась рентабельность продаж.

В ходе оценки издержек обращения предприятия, было установлено, что величина материальных расходов и расходов по ремонту транспортных средств (затраты на покупку запчастей, автошин, услуг автосервиса) выросли на 19,48% за 2016 год. На это оказали влияние такие факторы, как изменение товарооборота, изменение цен на запчасти и услуги авторемонтных предприятий. В результате увеличения материальных затрат по закупке товаров, выросли транспортные расходы в 2016 году на 40,09% и одновременно погрузочно-разгрузочные расходы на 45,62%. Затраты на оплату труда персонала увеличились на треть за счет увеличения ставок, премий.

Величина амортизации основных средств выросла на 40,32%, что обусловлено применением ускоренной амортизации, так как предприятие является малым. То есть это произошло в результате того, что компания в первый год принятия к учёту основных средств на издержки обращения списала большие суммы амортизационных отчислений.

Прочие расходы предприятия произошло почти по всем статьям. Это вызвано тем, что увеличились командировочные расходы из-за разбросанности предприятий партнёров, увеличением цен на ж/д билеты и топливо. Расходы на расчётно-кассовое обслуживание, ведение счёта, расчётное обслуживание клиент-банка выросли в связи с увеличением количества банковских операций по счетам.

В результате анализа рентабельности было установлено, что почти по всем

наименованиям товаров (работ, услуг) наблюдается отрицательная тенденция. За счет роста цен прибыль от продаж по всем товарным группам выросла, в результате чего рентабельность продаж из-за роста прибыли увеличилась.

Результаты анализа продаж товаров в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» показали, что в целом деятельность предприятия эффективна, предприятие наращивает темпы товарооборота. При этом компания придерживается агрессивной кредитной политики стимулирования продаж (продажи в кредит, рассрочка платежа, скидки). Данные способы не всегда повышают эффективность продаж.

В результате анализа рентабельности было установлено, что почти по всем наименованиям товаров (работ, услуг) наблюдается положительная тенденция. Основной проблемой предприятия является снижение объемов продаж некоторых видов товаров (работ, услуг).

Резервами повышения эффективности продаж в ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» может стать введение в ассортиментную линейку «smart» окон.

По мере роста тарифов энергосберегающие технологии играют в жизни наших соотечественников все больше значения. Во многих городских квартирах устанавливают счетчики на тепло, а владельцы частных домов и коттеджей задумываются о возможности снизить затраты на отопление. С этой целью компании было предложено предлагать своим заказчикам умные окна.

Согласно стандартным расчетам, до 40 % тепла квартира или средний дом теряют через окна, площадь которых занимает 12–16 % стен. Установка стеклопакета со стандартным стеклом позволяет снизить этот показатель за счет устранения щелей и «мостиков холода» в рамах. Однако кардинально проблему не решает. 70 % тепловой энергии, то есть длинноволнового инфракрасного излучения, уходит через стекло, которое имеет крайне низкую степень сопротивления к теплопередаче. Чтобы предотвратить значительную теплопотерю и были разработаны умные окна.

С целью определения возможного числа заказчиков, среди постоянных клиентов компании был проведен опрос. Результаты опроса показали, что

примерно 52 заказчика приобрели бы умные окна. Это позволило определить объем продаж.

В результате продажи смарт окон объем выручки от продаж увеличится на 4,4% или на 3429 тыс. руб. за счет продажи смарт окон. В результате прибыль от продаж увеличится на 889 тыс. руб. или на 5,4%, прибыль до налогообложения – на 1,9% (+366 тыс. руб.) и чистая прибыль – на 1,1% (+178 тыс. руб.). Соответственно рентабельность продаж вырастет на 0,2%.

Таким образом, предложенные направления повышения прибыли ООО «Торговый дом Инвест-Трейд» позволили сделать вывод об их целесообразности и экономической обоснованности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Володин, А. А. Управление финансами (Финансы предприятий) / А. А. Володин, Н.Ф. Самсонов, Л. А. Бурмистрова: учеб.пособие. – М.: Инфра-М, 2013. – 504 с.
2. Жданкин Н.А. Выбор инновационной стратегии развития предприятия // Горный журнал, 2013. - № 10 – с.16–20.
3. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев. – М: Проспект, 2013. – 1024 с.
4. Крылов, Э. И. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции / Э. И. Крылов, В. М. Власова, И. В. Журавкова: учеб.пособие. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 717 с
5. Левин Л.А. Финансовый анализ/ Л.А.Левин– М.: ИНФРА-М, 2013 – 480 с.
6. Левчаев, П.А. Финансовые ресурсы предприятий национальной экономики / П.А. Левчаев: учеб.пособие. – М.: Академ. проект: Трикста, 2013. – 205 с.
7. Любушин, Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Н.П. Любушин. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 447 с.
8. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб.пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – М.: КНОРУС, 2014. – 552 с.
9. Медведева, И. В. Анализ финансовых результатов организации // Молодой ученый. – 2014. – №21.2. – С. 85-88.
10. Мельник, М.В. Экономический анализ: учебное пособие / М.В. Мельник, В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 543 с.
11. Одинцов, В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / В.А. Одинцов. – М.: Academia, 2012. – 256 с.
12. Прохоровский, В.С. Финансы малых предприятий: учебник / В.С. Прохоровский. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. Ун-та, 2013. – 96 с.
13. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности:

учебник / С.М. Пястолов – М.: ИЦ «Академия», 2013. – 336 с.

14. Русак, Н.А. Финансовый анализ: справочное пособие / Н.А. Русак, В.А. Русак. – М.: Высшая школа, 2015. – 258 с.

15. Рябцева, К. А. Необходимость и проблемы повышения уровня рентабельности российских предприятий // Молодой ученый. – 2015. – №24. – С. 580-582.

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

17. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ / А.Ф. Ионова, Н. Н. Селезнева. – М.: ТК Велби, Проспект, 2012. – 480 с.

18. Сергеева, О.М. Факторная модель планирования прибыли / О.М. Сергеева // Справочник экономиста. – 2014. – №6. – С. 72–74.

19. Сидоренко, О. В. Экономический мониторинг функционирования сельского хозяйства региона в контексте обеспечения продовольственной безопасности / О. В. Сидоренко, И. В. Ильина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 38. – С. 36–44.

20. Турманидзе, Т. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т. Турманидзе. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 224 с.

21. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / Л.Н. Чечевицына. – М.: Феникс, 2013. – 384 с.

22. Чиркова, М. Б. Анализ хозяйственной деятельности организации / М.Б. Чиркова, Е.М. Коновалова, В.Б. Малицкая. – М.: Эксмо, 2012. – 160 с.

23. Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / И. Н. Чуев, Л. Н. Чуева. – М.: Дашков и К, 2012. – 368 с.

24. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 415 с.

25. Шишкова Е.А. Способы оценки эффективности реализации стратегии развития компании/ Экономический журнал 2012г. №2– С.111–117.

26. Эпштейн, Д. Экономика и управление. – 2012. – № 8. – С. 35–38.
- Гелета И.В., Щербак А.В. Пути повышения рентабельности предприятия // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/66761> (дата обращения: 19.11.2016).
27. Попова Л.В., Никулина Л.Н., Головина Т.А. Налоговый учет, отчетность, аудит. Учебное пособие. М.: Дело и сервис, 2010 г. С. 416
28. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике. М.: Дело и сервис, 2010 г. С. 400
29. Баканов М.И., Теория экономического анализа: учебник / Баканов М.И., М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 536 с.
30. Глущенко В.В. Прогнозирование 3-е изд. – М.Вузовсккнига 2013– 208 с.
31. Крылов, С.И. Методика анализа финансовой устойчивости коммерческой организации // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2012. – №11. – С. 23–26.
32. Лихачев, А.А., Орехов Н.А., Ерохина Е.В., Мамбетшаев Э.С. Основы прогнозирования и планирования в организации. – М.: МГТУ, 2014.– 304 с.
33. Лихачев, А.А., Орехов Н.А., Ерохина Е.В., Мамбетшаев Э.С. Основы прогнозирования и планирования в организации. – М.: МГТУ, 2014. – 304 с.
34. Пучкова Н. В. Анализ методов оценки финансового состояния организации / Н. В. Пучкова // Символ науки. – 2016. – №3. – С. 131–134.
35. Родионова, В.М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции / В.М. Родионова, М.А. Федотова. – М.: Издательство «Перспектива», 2012. – 98 с.
36. Русак, Н.А. Финансовый анализ: справочное пособие / Н.А. Русак, В.А. Русак. – М.: Высшая школа, 2014. – 258 с.
37. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: Учебник для ВУЗов. – М.: Новое знание, 2015. – 651 с.
38. Сергеева, О. М. Факторная модель планирования прибыли / О. М.

Сергеева // Справочник экономиста. – 2013. – №6. – С. 72-74.

39. Соколова, Л. С. Финансовое состояние предприятия: оценка и моделирование механизма управления // Справочник экономиста. – 2013. – №9. – С. 42–44.

40. Баканов М.И., Теория экономического анализа: учебник / Баканов М.И., М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 536 с.

41. Бутов, Д. В. Диагностика предприятия с помощью финансовых коэффициентов // Справочник экономиста. – 2013. – №9. – С. 64–68.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А



БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

С 1 января 2011 г. по 31 декабря 2016 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Торговый дом Инвест-Трейд"	Дата (год, месяц, число) по ОКПО	КОДЫ		
			2017	01	01
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН			
Вид деятельности	Оптовая торговля	по ОКВЭД	51.7		
	Организационно-правовая форма / форма собственности	ОКАТО	7540100000		
	Общество с ограниченной / Частная ответственностью	ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения (тыс. руб.)		по ОКЕИ	383		
Адрес					
		Дата утверждения	20.02.2017		
		Дата принятия	20.02.2017		

Пояснения	Наименование показателя	1	На 31	На 31
		На январь 2017 г.	декабря 2015 г.	декабря 2014 г.
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	9 655	8 758	8 659
	Доходные вложения в материальные ценности	530	520	500
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	Итого по разделу I	10 185	9 278	9 159
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	14 882	10 569	8 350
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	170	163	150
	Дебиторская задолженность	7 770	7 550	6 980
	Финансовые вложения			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1 908	1 688	569
	Прочие оборотные активы			
	Итого по разделу II	24 730	19 970	16 049
	БАЛАНС	34 915	29 248	25 208



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

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

		Дата (год, месяц, число) по ОКПО	КОДЫ		
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Торговый дом Инвест-Трейд"		2017	01	01
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН			
Вид деятельности	Оптовая торговля	по ОКВЭД	51.7		
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью / Частная	ОКATO	7540100000		
		ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения (тыс. руб.)		по ОКЕИ	383		
Адрес					
		Дата утверждения	20.04.2017		
		Дата принятия	20.04.2017		

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь За декабрь 2016 г.	Январь-декабрь За декабрь 2015 г.
	Выручка	78 500	63 888
	Себестоимость продаж	(62 144)	(49 307)
	Валовая прибыль (убыток)	16 356	14 581
	Коммерческие расходы	()	()
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж	16 356	14 581
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению	25	25
	Проценты к уплате	(360)	(356)
	Прочие доходы	9 854	8 258
	Прочие расходы	(6 850)	(5 633)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	19 025	16 875
	Текущий налог на прибыль	(3 171)	(2 812)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
	Изменение отложенных налоговых обязательств		
	Изменение отложенных налоговых активов		
	Прочее		
	Чистая прибыль (убыток)	15 854	14 063
	СПРАВОЧНО		
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода	15 854	14 063
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель

(подпись)

Гордеев Павел
Валерьевич
(расшифровка
подписи)

Главный бухгалтер

(подпись)

Козлова Юлия
Афанасьевна
(расшифровка
подписи)

“ 20 ” апреля 2017 г.

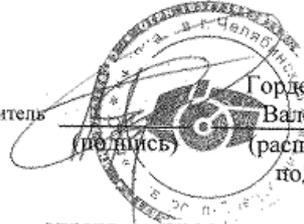
ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

С 1 января 2015 г. по 31 декабря 2015 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Торговый дом Инвест-Трейд"	Дата (год, месяц, число) по ОКПО	КОДЫ		
			2016	01	01
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН			
Вид деятельности	Оптовая торговля	по ОКВЭД	51.7		
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью / Частная	ОКАТО	7540100000		
ответственностью		ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения (тыс. руб.)		по ОКЕИ	383		
Адрес					
			Дата утверждения		20.04.2016
			Дата принятия		20.04.2016

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь	Январь-декабрь
		За декабрь 2015 г.	За декабрь 2014 г.
	Выручка	63 888	75 258
	Себестоимость продаж	(49 307)	(61 598)
	Валовая прибыль (убыток)	14 581	13 660
	Коммерческие расходы	()	()
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж	14 581	13 660
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению	25	25
	Проценты к уплате	(356)	(360)
	Прочие доходы	8 258	7 456
	Прочие расходы	(5 633)	(4 555)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	16 875	16 226
	Текущий налог на прибыль	(2 812)	(2 704)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
	Изменение отложенных налоговых обязательств		
	Изменение отложенных налоговых активов		
	Прочее		
	Чистая прибыль (убыток)	14 063	13 522

СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода	14 063	13 522
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

 <p>Руководитель Гордеев Павел Валерьевич (подпись) (расшифровка подписи)</p>	<p>Главный бухгалтер  (подпись)</p>	<p>Козлова Юлия Афанасьевна (расшифровка подписи)</p>
<p>“ 20 ” апреля 2016 г.</p>		