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

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
_____ А.Б. Левина
_____2018 г.

# Организация и совершенствование коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–38.03.06.2018.983.ПЗ ВКР

Руководитель работы, к.п.н.,
доцент
_____ Ю.А. Дорошенко
_____ 2018 г.

Автор работы
студент группы ЭУ – 420
_____ _Д.А. Снаткина
_____ 2018 г.

Нормоконтроль,
старший преподаватель
_____Ю.С. Якунина
_____ 2018 г.

Челябинск 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ..... 5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ..... 8
1.1 Понятие, сущность, задачи и функции коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия ..... 8
1.2 Методы анализа и оценки коммерческой деятельности предприятия ... 15
1.3 Направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия ..... 25
1.4 Сравнение отечественного и зарубежного опыта организации коммерческой деятельности предприятия ..... 31
2 АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПФ «АЛЮМИНИЕВЫЕ КОНСТРУКЦИИ» ..... 42
2.1 Краткая технико-экономическая характеристика предприятия ..... 42
2.2 Анализ основных финансово-экономических показателей коммерческой деятельности предприятия ..... 49
2.3 Оценка коммерческой деятельности предприятия ..... 61
3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПФ «АЛЮМИНИЕВЫЕ КОНСТРУКЦИИ» ..... 70
3.1 Мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности ..... 70
3.2 Экономическая оценка предложенных мероприятий ..... 77
ЗАКЛЮЧЕНИЕ ..... 88
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ..... 92
ПРИЛОЖЕНИЯ ..... 94
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Финансовая отчетность ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» ..... 94
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Расчетные формулы финансовых показателей ..... 97
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Выписка из реестра непрофильных активов ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» ..... 105

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Коммерческая деятельность является одной из важнейших областей человеческой деятельности, возникших в результате разделения труда в обществе.

Проблема совершенствования коммерческой деятельности предприятия актуальна, так как она универсальная и носит всемирный характер. Во все времена, особенно когда появились товарно-денежные отношения, организация процесса доведения произведенной продукции до потребителя и получения за это вознаграждения носило поступательный характер. Придумывались все более совершенные формы и методы, полученные в различных областях науки и позволяющие добиться все лучших результатов такой деятельности.

И в настоящее время коммерческая деятельность выступает как один из важнейших факторов функционирования и развития любого, в том числе производственно-торгового предприятия. Эта деятельность постоянно совершенствуется в соответствии с объективными требованиями производства и реализации товаров, усложнением хозяйственных связей, повышением роли потребителя в формировании потребительских свойств товаров. Изменения условий производственной деятельности, необходимость приспособления к ней системы управления, необходимость генерирования новых методов реализации продукции сказываются на совершенствовании коммерческой деятельности организации.

Тем не менее, и в нынешних условиях хозяйствования эта проблема никуда не делась, даже, несмотря на последние достижения науки и техники. В условиях, когда на экономики стран усиливается давление процессов интеграции, растет конкуренция нереально добиться успеха без постоянного поиска новых форм и методов, с помощью которых возможно улучшить коммерческую деятельность предприятия, и этот процесс постоянен во времени и все время усложняется.

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, которое связано непосредственно с его с совершенствование коммерческой деятельности предприятия.

Для выработки рекомендаций совершенствования коммерческой деятельности на предприятии необходимо провести оценку ее существующего состояния, и уже на ее основе разработать мероприятия, позволяющие улучшить финансово-экономическое положение предприятия. Поэтому тема совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия весьма актуальна.

Цель работы – разработка мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

Задачи работы:

– раскрыть понятие, сущность, задачи, функции коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия;

– рассмотреть методы анализа и оценки коммерческой деятельности предприятия;

– рассмотреть направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия

– провести сравнение отечественного и зарубежного опыта организации коммерческой деятельности предприятия;

– дать краткую технико-экономическую характеристику предприятия;

– провести анализ основных финансово-экономических показателей коммерческой деятельности предприятия;

– произвести оценку коммерческой деятельности предприятия;

– разработать мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности;

– провести экономическую оценку предложенных мероприятий.

Объект работы – ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

Предмет работы – коммерческая деятельность предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

В ходе выполнения исследования использовались теоретические методы, такие как анализ, сравнение, формализация, моделирование, а также эмпирические методы, такие как анализ документов, трендовый и структурный анализ и т.д.

Теоретическую базу исследования составляет литература в области торгового дела, коммерции, стратегического и финансового менеджмента, экономики предприятия таких авторов, как: Ю. Н. Богданова, Р. И. Бунеева, Ю. В. Вылгина, Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова, Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн и др.

Информационную базу исследования составляет законодательные акты в области гражданского и налогового права; законодательством в области ведения бухгалтерского учета; документы бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

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

В первом разделе рассмотрены теоретические аспекты коммерческой деятельности предприятия, а также методические основы ее анализа и оценки, проведено сравнение отечественного и зарубежного опыта организации коммерческой деятельности предприятия

Во втором разделе проведен анализ финансово-экономических показателей и дана оценка коммерческой деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

В третьем разделе разработаны мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» и проведена их экономическая оценка.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Понятие, сущность, задачи и функции коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия

В настоящее время в отечественной экономической и юридической науке сложились различные точки зрения к пониманию сущности коммерческой деятельности организаций. Однако все они исходят из определения «Коммерция». Так Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева дают следующее обобщенное определение этому понятию: «Коммерция (от лат. commercium – торговля) – торговая и торгово-посредническая деятельность, участие в продаже или содействие продаже товаров и услуг. В широком смысле слова – предпринимательская деятельность» [27].

С юридической точки зрения коммерческая деятельность представляется, как торговая деятельность (торговля) является частью предпринимательской деятельности, её разновидностью, на том основании, что ей присущи все основные признаки предпринимательской деятельности, которые четко регламентированы на законодательном уровне. Так в п. 1 ст. 2 ГК РФ указано, что: «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг» [12].

С экономической точки зрения коммерческая деятельность более широкое и более сложное понятие, чем торговая и торгово-посредническая деятельность, так как не всякая коммерческая деятельность сводится только к торговле [6]. Многие организации проводят весьма сложный комплекс заготовительной, производственной, строительной, инвестиционной и другой предпринимательской деятельности в целях её дальнейшей реализации через процессы купли-продажи для получения прибыли. Поэтому речь идет о комплексности коммерческой

деятельности, охватывающей производство, продвижение, распределение и реализацию продукции. Следует отметить, что в данном контексте под коммерческой деятельностью понимаются процессы купли-продажи товаров и услуг, удовлетворения покупательского спроса, развития целевых рынков товаров, а также минимизацией издержек обращения с целью максимизации получаемой прибыли. Эти положения подтверждает в своих работах Ф. П. Половцева, которая указывает, что «Стратегия коммерции должна быть направлена на доведение товаров до потребителей, сопровождаемое коммерческими действиями и операциями, тактика которых заключается в снижении текущих затрат» [26].

Таким образом, в экономическом понимании коммерческая деятельность включает три направления [2]:

- сбыт товаров промышленными предприятиями;
- закупка материально-технических ресурсов предприятиями;
- коммерческо-посредническая деятельность.

В целом различные определения понятия «Коммерческая деятельность», наиболее часто встречающиеся в научных кругах представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Трактовки понятия «Коммерческая деятельность»

| Автор | Определение |
|---|---|
| Р. И. Бунеева [7] | Коммерческая деятельность – деятельность юридических и физических лиц, связанная с осуществлением операций купли-продажи в целях удовлетворения спроса и получения прибыли. |
| М. А. Егорова [14] | Коммерческая деятельность – это разновидность предпринимательской деятельности, самостоятельно и на свой риск осуществляемой физическими и юридическими лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке в качестве предпринимателей, направленная на систематическое получение прибыли путем продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг на оптовых рынках с целью продвижения товаров от изготовителей к оптовым потребителям. |
| Ю. В. Вылгина [10] | Коммерческая деятельность:<br>– товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса;<br>– особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты торгового предприятия:<br>– это все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки для каждого из партнеров при первоочередном учете интересов и запросов потребителей; |

Окончание таблицы 1.1

| Автор | Определение |
|---|---|
| | – комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу товаров и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова;<br>оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли. |
| Г. С. Тютюшкина [30] | Коммерческая деятельность – это неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги. |

В представленных в таблице определениях отчетливо виден юридический и экономический подходы к понятию «коммерческая деятельность». Несмотря на то, что М. А. Егорова (юридический подход) всецело опирается на ГК РФ, следует не согласиться с утверждением, что коммерческая деятельность  это деятельность «… направленная на систематическое получение прибыли путем продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг на оптовых рынках с целью продвижения товаров от изготовителей к оптовым потребителям». Почему именно «на оптовых рынках … от изготовителей к оптовым потребителям» представленным данным автором в своих работах не раскрывается.

В определениях, представленных в работах Ю. В. Вылгиной и Г. С. Тютюшкиной, также наблюдается некая их недосказанность и расплывчатость. На наш взгляд наиболее полное определение исследуемого понятия должно звучать следующим образом: «Коммерческая деятельность – это разновидность предпринимательской деятельности, самостоятельно и на свой риск осуществляемой физическими или юридическими лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке в качестве предпринимателей, которая направлена на осуществление товарообменных операций ценностями в целях удовлетворения потребностей всех заинтересованных в них контрагентах с целью получения прибыли».

В данном определении максимально совмещен и юридический и экономический подход и учитывает широту и сложность понятия «Коммерческая деятельность» и, кроме того, заложен очень ёмкий смысл самой сущности

коммерческой деятельности, а именно: «…осуществление товарообменных операций материальными ценностями … с целью получения прибыли». Данное определение непротиворечиво при все более усложняющихся операциях доведения товаро-материальных ценностей до потребителя.

Следует отметить, что в определении указаны именно товарообменные операции, так как товар – это неотъемлемый продукт рынка, обладающий потребительной стоимостью, форма обмена – деньги, а под услугами понимаются обслуживание и доведение товара до потребителя» [7].

В предлагаемом определении намерено не используется термин «торговля», так как коммерческая деятельность связана с этим понятием только в части торговых процессов по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли и не связана с макроэкономическим понятием отрасли в экономике государства.

Субъектами коммерческой деятельности, с точки зрения их функций являются физические и юридические лица [17].

Во-первых, это непосредственно производители продукции, которые реализуют ее или самостоятельно или через своих представителей. К этой группе относятся физические лица, зарегистрированные в установленном порядке в качестве индивидуальных предпринимателей, а также юридические лица производящие продукцию и реализующие её самостоятельно. Также к этой группе следует отнести некоммерческие организации, которые осуществляют коммерческую деятельность согласно п. 2 ст. 24 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [22].

Во-вторых, это непосредственно сами представители производителей, поставщиков, а также торговые посредники. Состав этой группы ничем не отличается от предыдущей, но следует уточнить, что помимо индивидуальных предпринимателей и коммерческих организаций присутствуют и некоммерческие организации, но только те, у которых в учредительных документах зафиксирована

возможность заниматься торговой деятельностью для достижения поставленных перед этой организацией целей [22].

В-третьих, это потребители, а ими являются:

– производственные потребители, использующие приобретенные товары, сырье для своей предпринимательской деятельности;

– некоммерческие организации, использующие приобретенные товары для осуществления своей хозяйственной, непредпринимательской деятельности;

– физические лица, приобретающие товары для личных, семейных, домашних и иных подобных нужд.

В-четвертых, регуляторы коммерческой деятельности и контролирующие эту деятельность органы, а это, прежде всего:

– государственные и муниципальные образования;

– органы государственного и местного управления (самоуправления);

– организации, как коммерческие, так и некоммерческие, регулирующие деятельность входящих в их структуру подразделений (ассоциации, саморегулируемые организации и т.д.).

Таким образом, субъектами коммерческой деятельности являются торговые, посреднические, сбытовые, маркетинговые организации и структуры, где осуществляются коммерческие процессы. В более широком смысле – коммерческая сторона всего процесса движения товаров от производителей до потребителей, включая и контролирующие органы.

Объектами коммерческой деятельности являются материальные и нематериальные ценности, то есть все то, что подлежит купле-продаже: товары и услуги, деньги, ценные бумаги, различное имущество, результаты интеллектуальной деятельности и т.д. в рамках законодательства государства.

Предметом коммерческой деятельности организации является сам процесс купли-продажи.

Коммерческая деятельность как деятельность предпринимательская в силу п. 1 ст. 2 ГК РФ осуществляется путем [14]:

а) отчуждения и приобретения товаров, находящихся в торговом обороте, путем совершения отчуждательных сделок. Эти сделки должны соответствовать нескольким критериям:

– их предметом должен быть оборотоспособный товар, имеющий индивидуально-определенные свойства;

– правовой статус продавца и покупателя должен удовлетворять требованиям к действительности такой сделки;

– сделка должна быть направлена на отчуждение права собственности на товар (по этому признаку, например, договоры аренды или доверительного управления не могут быть отнесены к коммерческим договорам);

– сделка должна быть возмездной (по этому критерию дарение или пожертвование также не являются коммерческими сделками);

б) выполнения работ, непосредственно связанных с движением товаров;

в) оказания услуг, опосредующих и организующих товарные отношения (перевозка, хранение, страхование и т.д.).

При осуществлении коммерческой деятельности организацией преследуются две цели: социальная и экономическая.

Социальная цель заключается в удовлетворении потребностей населения, а экономическая – получение прибыли.

В настоящее время коммерческая деятельность не может быть сведена непосредственно к осуществлению торговой сделки. В условиях конкурентной борьбы организации приходится решать весьма объемный комплекс задач, направленных на минимизацию издержек и максимизацию прибыли. Как правило, они связаны с изучением рынков, предпочтения потребителей. Поэтому коммерческая деятельность требует решения таких задач по [5]:

– изучению потребительского спроса;

– управлению товарным ассортиментом;

– проведение работы рекламно-информационного характера;

– организации сервиса и логистических операций.

Расширенный состав основных задач представлен на рисунке 1.1 [7].

Рисунок 1.1 – Комплекс задач коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

Анализ современной научной литературы в области экономики позволяет выделить основные и дополнительные (производственные) функции коммерческой деятельности организации. Так, основной функцией является смена форм стоимости, то есть это функция коммерческого характера, которая включает процессы, связанные со сменой стоимости (куплей-продажей) товара или услуги, в целях получения прибыли. К ним относятся непосредственно процессы, связанные с куплей-продажей товаров и услуг. Основные виды работ при осуществлении этих функций следующие [31]:

– изучение предпочтений потребителей, потребительского спроса, а также его прогнозирование;

– определение наиболее выгодных условий поставщиков товаров, заключение с ними договоров и определение объемов заказов;

– организация и технология проведения закупок;

– формирование ассортимента и управление товарными запасами;

– организация учета и контроля выполнения договорных условий;

– организация и технология продажи товаров и услуг, включая формы и методы продажи товаров, качество обслуживания;

– стимулирование реализации (реклама, новые формы организации продаж).

Следовательно, основные функции коммерческой деятельности – это торговые функции, такие как закупка, продажа, перепродажа.

Дополнительные функции коммерческой деятельности – это процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости (транспортировка, хранение, упаковка, фасовка и т.д.).

Следовательно, дополнительные функции коммерческой деятельности – это технологические функции, такие как поставка, доставка, приемка, отгрузка.

На рисунке 1.2 представлена обобщенная схема коммерческой деятельности организации [7].

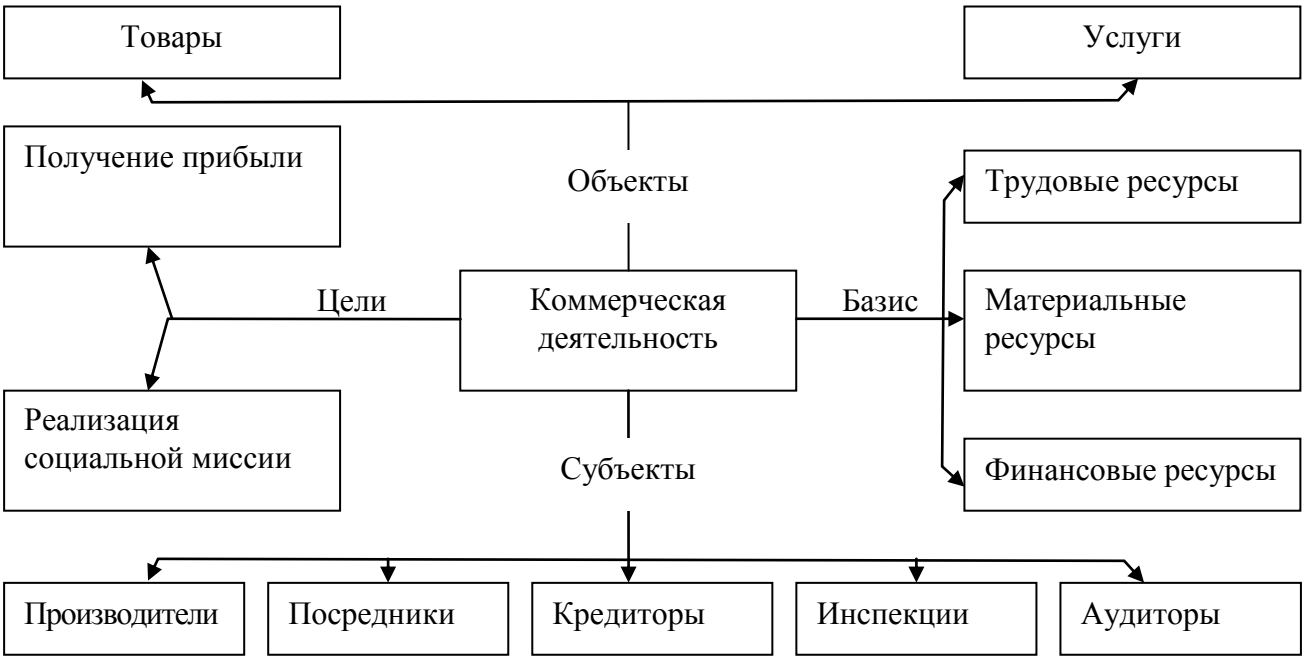


Рисунок 1.2 – Основы коммерческой деятельности

Анализируя рисунок 2 можно сделать вывод, что эффективность коммерческой деятельности организации всецело зависит от эффективности использования ее ресурсов: трудовых, материальных и финансовых.

Таким образом, под коммерческой деятельностью следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров и услуг, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли.

При этом коммерция призвана опираться на рыночный (покупательский) спрос. Закупка и поставка товаров предполагают изучение рынка и организацию закупочной деятельности с установлением партнерских связей с производителями и поставщиками продукции.

## 1.2 Методы анализа и оценки коммерческой деятельности предприятия

Для исследования коммерческой деятельности используются общенаучные методы – метод диалектического материализма, системный анализ, математические методы, методы моделирования, наблюдения, эксперимента, аналогии, группировки, сравнения и др. Эти методы основаны на историческом развитии явлений и процессов, на исследовании понятий и переходе от простых к более сложным с выделением тенденции их непрерывного совершенствования и развития. Используются также специальные методы – анкетные опросы покупателей, экспертные оценки, экономико-математические расчеты при определении эффективности коммерческой деятельности и т. д. [25]

Для оценки коммерческой деятельности предприятия в экономической литературе чаще всего описаны методы и представлены модели, связанные с оценкой его деятельности с точки зрения его экономической эффективности. При этом используются показатели, характеризующие и результаты деятельности, и экономический эффект [20].

Анализ проводится поэтапно па основе предварительно разработанной программы (рисунок 1.3).

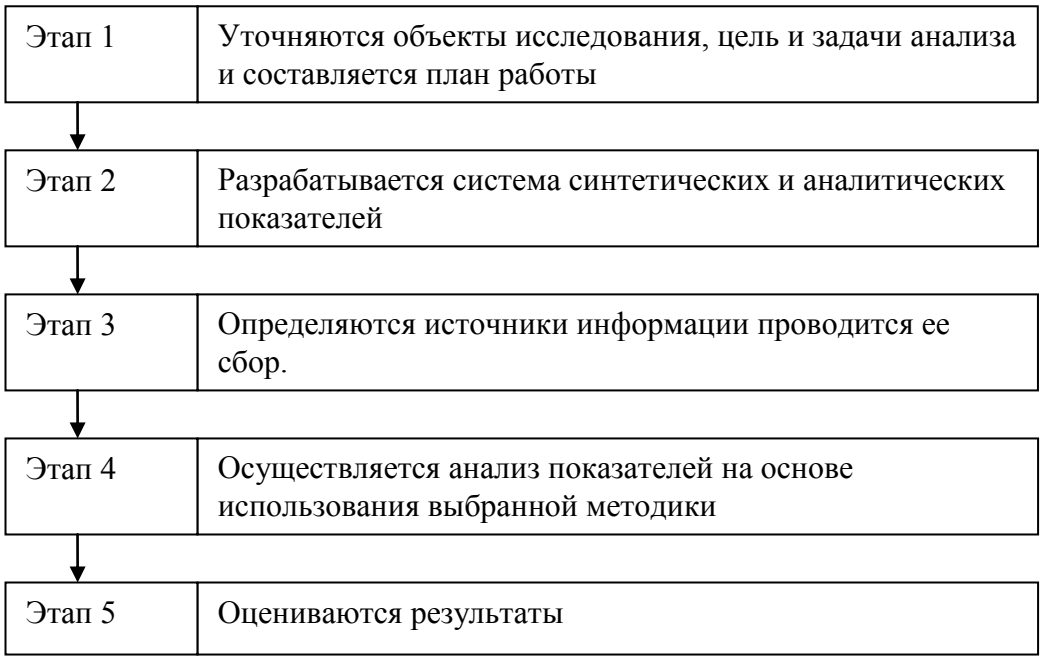


Рисунок 1.3 – Этапы анализа и оценки коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия

При выборе методики проведения анализа и оценки коммерческой деятельности предприятия в целом могут быть использованы два подхода [3]:

Во-первых, без расчета единого интегрального показателя, но при условии, что результаты хозяйственной деятельности анализируемою предприятия можно представить в виде системы показателей, например, привести сравнение показателей в динамике (горизонтальный анализ), структурные сравнения (вертикальный анализ), группировка показателей по различным признакам и др.

Во-вторых, с расчетом единого интегрального показателя, когда результаты хозяйственной деятельности характеризуются одним сводным комплексным показателем.

На практике чаще всего используются оба подхода одновременно.

Система показателей, используемых при проведении анализа эффективности финансово-хозяйственной деятельности представлена на рисунке 1.4 [29].

Рисунок 1.4 – Схема анализа основных показателей хозяйственной деятельности торгового предприятия на основе системного анализа

Показатели, характеризующие ресурсы предприятия и эффективность их использования, можно разделить на три подгруппы [11].

Группа 1. Показатели, характеризующие финансовые ресурсы предприятия:

– основные средства (их сумма, состав, показатели эффективности использования);

– оборотные средства в целом (общая сумма, состав и структура с точки зрения покрытия, показатели оборачиваемости);

– капитал (структура, показатели эффективности использования).

– показатели финансового состояния предприятия – устойчивость, ликвидность, платежеспособность.

Группа 2. Показатели, характеризующие трудовые ресурсы предприятия:

– численность работников (общая численность, структура, показатели движения рабочей силы, производительность труда);

– расходы па оплату труда (сумма, уровень, структура, средняя заработная плата, эффективность использования расходов па оплату труда).

Группа 3. Показатели, характеризующие материальные ресурсы предприятия:

– основные фонды (состав, структура);

– товарные запасы (сумма, состояние на дату, средние запасы, оборачиваемость).

Показатели, характеризующие издержки обращения предприятия и эффективность их использования, включают две подгруппы.

Показатели по издержкам обращения: издержки обращения (сумма, уровень, темп изменения уровня, структура, сумма абсолютной (относительной) экономии (перерасхода), влияние различных факторов, в частности объема розничного товарооборота, цен, тарифов, затратоотдача и другие показатели эффективности использования издержек обращения).

Показатели по затратам, не учтенным в основных издержках обращения предприятия:

– затраты па приобретение товаров;

– прочие расходы (сумма, направления расходования, в том числе налоги).

Показатели, характеризующие результаты хозяйственной деятельности предприятия, подразделяются па три подгруппы.

Показатели объема и структуры товарооборота предприятия:

– товарооборот (объем, состав, показатели динамики, равномерность выполнения);

– структура (ассортимент, ассортиментные сдвиги).

– показатели доходов:

– валовой доход (сумма, уровень, факторы);

– прочие доходы (сумма, структура).

Показатели прибыли и рентабельности;

– прибыль (сумма, факторы, ее определяющие);

– рентабельность (система показателей рентабельности).

В качестве обобщающего показателя оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности может быть использован показатель экономического потенциала, оценки финансово-хозяйственной деятельности, оценки трудовой деятельности и др., а также различные интегральные показатели – эффективности хозяйствования торгового предприятия, темпа экономическою развития.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что набор показателей для оценки эффективности деятельности предприятия, а также методика проведения такого вида анализа будет зависеть от целей его проведения. С учетом целей настоящей работы нами будет использоваться:

– методика проведения анализа эффективности деятельности предприятия, включающая горизонтальный и вертикальный анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности.

– методика анализа с расчетом единого интегрального показателя, когда результаты хозяйственной деятельности характеризуются одним сводным комплексным показателем.

К первому предложению следует отнести:

1) Вертикально-горизонтальный анализ бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

В процессе анализа будут изучаться изменения в динамике, составе, структуре вышеуказанной финансовой отчетности. Кроме того, по приведенным формам отчетности сравним за ряд периодов изменения средней величины имущества с изменениями финансовых результатов деятельности организации. Для этого проводится оценка динамики прибыли до налогообложения, выручки и имущества (активы) предприятия [4], [15].

2) Анализ ликвидности имущества предприятия и его платежеспособности. Рассчитываются и анализируются следующие показатели [18]:

– коэффициент абсолютной ликвидности (отношение наиболее ликвидных активов к краткосрочным обязательствам);

– коэффициент быстрой ликвидности (отношение наиболее ликвидных активов и дебиторской задолженности к краткосрочным обязательствам);

– коэффициент текущей ликвидности (отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам);

– коэффициент соотношения денежных средств и чистого оборотного капитала;

– коэффициент платежеспособности по текущим обязательствам (характеризует долю текущих заемных средств в среднемесячной выручке);

– общая степень платежеспособности (характеризует долю ее совокупных заемных средств в среднемесячной выручке).

3) Определение типа финансовой устойчивости (обеспеченность запасов собственными источниками финансирования) [8]:

– излишек или недостаток собственных оборотных средств (если запасы меньше или равны собственным оборотным средствам, то наблюдается абсолютная финансовая устойчивость);

– излишек или недостаток собственных и долгосрочных источников формирования запасов (если запасы больше или равны собственным оборотным средствам, но менее или равны собственным и долгосрочным источникам формирования запасов, то наблюдается нормальная финансовая устойчивость);

– излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов (если запасы больше или равны собственным и долгосрочным источникам формирования запасов, но меньше или равны общей величины основных источников формирования запасов, то наблюдается минимально неустойчивое финансовое состояние).

Следует отметить, что в случае, когда запасы больше общей величины основных источников формирования запасов, то наблюдается предкризисное финансовое состояние.

4) Анализ структуры капитала. Рассчитываются следующие показатели:

– коэффициент автономии характеризует, в какой степени активы предприятия сформированы за счет собственных средств (норма – более 0,5).

– коэффициент финансовой зависимости характеризует, в какой степени предприятие зависит от внешних источников финансирования (норма – менее единицы);

– коэффициент покрытия инвестиций характеризует долю имущества предприятия, связанного долгосрочными источниками их финансирования (норма от 0,75 до 0,9).

– коэффициент иммобилизации имущества показывает, какова доля внеоборотных активов в стоимости всех средств организации.

5) Анализ состояния оборотных средств. Расчету подлежат показатели:

– коэффициент маневренности характеризует долю собственного капитала, инвестированного в оборотные активы, в общей сумме собственного капитала предприятия, или насколько мобильны собственные источники средств предприятия с финансовой точки зрения (норма от 0,2 до 0,5);

– коэффициент обеспеченности оборотных (текущих) активов собственными оборотными средствами характеризует степень обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами, необходимыми для поддержания его финансовой устойчивости (норма – больше или равно 0,1);

– коэффициент обеспеченности материально-производственных запасов величиной собственных оборотных средств показывает, в какой степени материально-производственные запасы покрыты собственными источниками и не нуждаются в привлечении заемных (норма – от 0,5 до 0,8);

– коэффициент маневренности функционального капитала характеризует часть собственных оборотных средств, находящаяся в форме денежных средств и быстрореализуемых финансовых вложений (норма – от 0 до 1);

– коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов показывает, сколько внеоборотных активов приходится на рубль оборотных;

– коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности – характеризует соотношение расчетов по видам задолженности предприятия;

– коэффициент реальной стоимости имущества характеризует долю средств производства в стоимости имущества предприятия, или уровень его производственного потенциала (норма – более или равно 0,5).

6) Анализ рентабельности предприятия. Рассчитываются следующие показатели [4]:

– рентабельность всех активов по чистой прибыли, то есть, сколько получено чистой прибыли на 1 руб. оборотных активов в процентном выражении;

– рентабельность собственного капитала по чистой прибыли, то есть, сколько получено чистой прибыли на 1 руб. собственного капитала в процентном выражении;

– рентабельность продаж по чистой прибыли, то есть, сколько содержится чистой прибыли в выручке в процентном выражении.

7) Анализ эффективности использования основных фондов. Рассчитываются показатели [32]:

– фондоотдача – показывает эффективность использования основных средств (сколько выручки получено на 1 рубль основных средств);

– фондорентабельность – показывает эффективность использования основных средств (сколько прибыли получено на 1 рубль основных средств);

– фондовооруженность – показывает стоимостную оценку основных фондов в пересчете на одного работника.

8) Анализ эффективности использования оборотных активов. Рассчитываются следующие показатели [32]:

– оборачиваемость средств в расчетах – показывает, сколько времени в среднем нужно дебиторам для расчетам за поставленные товары

– оборачиваемость товарных запасов – показывает, сколько времени в среднем запасы находятся в обороте

– оборачиваемость оборотного капитала – показывает время обращения имущества (активов) предприятия

– оборачиваемость собственного капитала показывает время, необходимое для одного оборота собственного капитала

9) Анализ эффективности использования трудовых ресурсов. При этом рассчитывается показатель производительность труда. Он показывает, сколько товарооборота приходится на одного работника [32].

10) Анализ эффективности текущих затрат. Рассчитываются и анализируются показатели [32]:

– затратоотдача – показывает, сколько приходится товарооборота на единицу текущих затрат

– рентабельность текущих затрат – показывает уровень прибыли на единицу издержек обращения

Ко второму предложению следует отнести комплексные показатели.

1) Показатель эффективности использования торгового потенциала предприятия, который позволяет оценить эффективность использования экономического потенциала предприятия, сравнить имеющиеся у него ресурсы с основным конечным результатом деятельности – товарооборотом [32].

2) Показатель эффективности финансовой деятельности, который позволяет оценить, при каких ресурсах достигнут основной финансовый результат деятельности торгового предприятия и насколько эффективно используются эти ресурсы [32];

3) Показатель эффективности трудовой деятельности, который характеризует прирост производительности труда на каждый рубль увеличения средней заработной платы [32];

На основании трех вышеперечисленных показателя вычисляется интегральный показатель экономической эффективности коммерческой деятельности [32].

Все расчетные формулы указанных выше показателей представлены в приложении Б.

Интегральный показатель эффективности коммерческой деятельности целесообразно анализировать в динамике; при этом определяются темпы его изменения, и по полученным результатам можно сделать выводы о повышении или снижении всей хозяйственной деятельности торгового предприятия:

Таким образом, выбранная методика анализа финансовой отчетности предприятия позволит оценить его коммерческую деятельность с точки зрения эффективности использования ресурсов для достижения цели этой деятельности – максимизации прибыли.

## 1.3 Направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия

В условиях рыночных отношений, где основой движения является конкуренция на первый план выходит необходимость совершенствования коммерческой деятельности от эффективности которой зависит рыночное положение предприятия.

В настоящее время коммерческая деятельность присуща не только чисто торговым предприятиям, но и производственным. Так многие производители сами выходят на оптовый рынок со своей продукцией называясь при этом производственно-торговыми компаниями, повышая и без того высокую конкуренцию. Связано это с тем, что созданная прибавочная стоимость производителем товара определяется при его реализации. При этом настоящая оценка стоимости товара определяется уже в сфере обращения (торговли), когда он попадает к конечному потребителю [5].

Следовательно, в этой цепочке на прибавочную стоимость претендуют как минимум производитель товара и посредник. В этой ситуации производитель решает прогнозтическую задачу по определению уровня издержек от оказания торговых услуг уровню дополнительно полученной выручке. Поэтому задачи, решаемые в процессе осуществления коммерческой деятельности производственных и торговых предприятий, несколько различаются, как и

различаются мероприятия, которые разрабатываются для достижения поставленной цели.

На любом этапе осуществления коммерческой деятельности у предприятия могут возникнуть трудности или могут быть выявлены недостатки, которые потребуют их решения. В своих работах Н. П. Кетова [19] и В. А. Акинфьева [1] представляют списки направлений коммерческой деятельности производственно-торговых предприятий, которые можно представить следующим образом:

– планирование объемов закупки и ее организация;

– организация перепродажи приобретенного с учетом намеченного объема прибыли;

– поиск и выбор наилучшего партнера среди поставщиков и покупателей;

– организация и проведение процесса торговли;

– определение оптимальных продажных и закупочных цен, соответствующих качеству товара и его конкурентоспособности в сложившейся ситуации;

– прогнозирование и оперативный учет рыночных изменений и активное использование инструментов маркетинга, влияющих на максимальное удовлетворение потребителей и получение дохода с учетом интереса партнера;

– выполнение широкого круга услуг по подготовке рыночной информации, организации сервиса при конечном потреблении товаров, а также по использованию технических средств, обеспечению финансовых, страховых и других операций.

Как видно из представленного списка коммерческая деятельность производственно-торговых предприятий делится на закупочную (материально-техническое обеспечение) и сбытовую.

Следует особо отметить, что рыночные принципы хозяйствования накладывают свой отпечаток на содержание операций по материально-техническому обеспечению предприятий.

Так, в настоящее время для предприятий при закупке товарно-материальных ценностей (далее ТМЦ) на первый план выступают характеристики не только ТМЦ

(цена, качество), но и их поставщиков (способность осуществлять регулярные поставки, местоположение и т.д.). И это является отличительной особенностью хозяйствования в условиях рынка, в противовес централизованного распределения материальных ресурсов, осуществлявшегося в условиях плановой экономики.

Однако, несмотря на то, что в современных условиях хозяйствования предприятия при закупке ТМЦ руководствуются свободой ценообразования, максимальной инициативой и предприимчивостью, равноправием партнеров в коммерческих взаимоотношениях, следует иметь ввиду наличие рисков, требующих от руководства определенной экономической ответственности при принятии решений и учета нюансов при выборе поставщиков, таких как, наличие конкуренции среди них.

Кроме того, процесс закупки ТМЦ должен быть построен на маркетинге и включать в себя изучение рынков сырья и материалов, знание динамики цен на нем, учете транспортных расходов, а также возможности эффективной замены одних материалов на другие [28].

Поэтому закупочная коммерческая деятельность на предприятиях складывается из этапов. Эта деятельность может выполняться различными подходами и методами. Так представляется возможным следующие направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части закупа ТМЦ:

– применение инновационных методов исследования рынка сырья и материалов, а также коммуникационных каналов с поставщиками;

– применение информационных систем обеспечения планирования и контроля закупок ТМЦ согласно ассортиментной политике;

– применение альтернативных видов обеспечения своевременности поставок;

– внедрение автоматизированных систем учета расчетов с поставщиками.

На рисунке 1.5 представлена схема последовательности закупочной коммерческой деятельность на предприятиях сферы производства

| | |
|---|---|
| Этап 1 | Исследование рынка сырья и материалов и организация коммерческих связей с поставщиками |
| Этап 2 | Составление плана закупок материальных ресурсов |
| Этап 3 | Организация закупок материальных ресурсов |
| Этап 4 | Ведение расчетов с поставщиками за купленную продукцию |
| Этап 5 | Стоимостной анализ заготовительной сферы |

Рисунок 1.5 – Этапы закупочной коммерческой деятельность на предприятиях сферы производства

Отдельно следует упомянуть такое направление, как совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия как применение рациональных и эффективных методов организации складского хозяйства. Данное направление в значительной степени влияет на уровень издержек обращения и ни в коем случае не может быть проигнорирована при выявлении недостатков в организации складирования и хранения ТМЦ.

Коммерческая деятельность производственно-торгового предприятия невозможна без основополагающей и наиболее трудной в реализации части – сбытовой работы. Следует отметить, что сбыт – это процесс реализации произведенной продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей. Другими словами, только в том случае, когда предприятие продаст товар и, сопоставив полученный доход со своими издержками, получит прибыль, то оно достигнет своей цели, то есть инвестированный капитал принимает денежную форму, в которой он может начать свой кругооборот.

Отличительной особенностью сбытовой коммерческой деятельности на производственно-торговом предприятии является то, что она начинается с планирования ассортимента производимых ТМЦ согласно проведенным

маркетинговым исследованиям и дальнейшими работами по их сбыту. Тесная связь коммерции с маркетингом определяется, прежде всего, сущностью современной концепции маркетинга, которая заключается в том, что производить нужно только то, что будет продано. Содержание этой концепции заключается в сочетании рыночной и товарной концепций, то есть в создании нужного рынку товара и потребителя в одно и то же время. Следовательно, неотъемлемой ее частью является установление коммерческих взаимосвязей с покупателями и конечными потребителями, завершающихся заключением контрактов купли – продажи.

На первой стадии представляется возможным стратегические направления:

- разработку ассортиментной политики предприятия
- разработку информационно-рекламной компании с обратной связью;
- организация сервисного обслуживания.

Не менее значимой частью сбытовой коммерческой деятельности является оперативно-сбытовая работа, которая включает 4 этапа (рисунок 6).

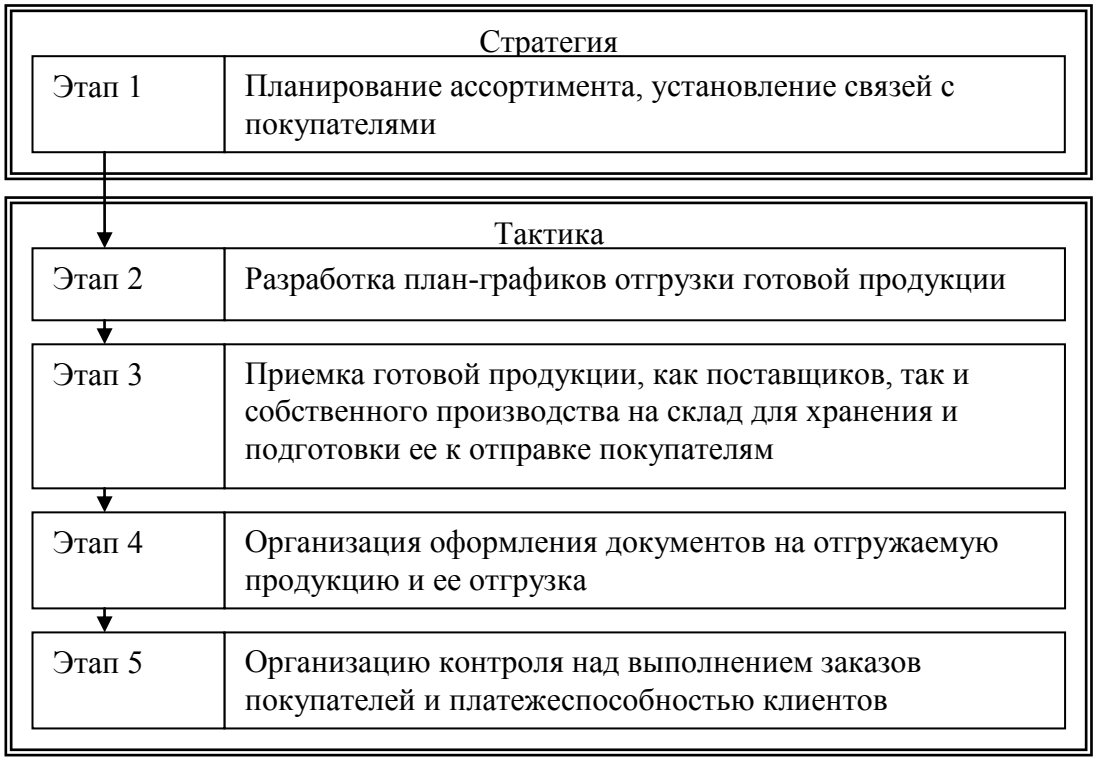


Рисунок 1.6 – Этапы сбытовой коммерческой деятельности на предприятиях сферы производства

Представляется возможным решение проблем разработки план-графиков отгрузки продукции внедрением информационных систем управления продажами. Так, по мнению ряда авторов, определяющим фактором повышения эффективности сбытовой деятельности в частности и коммерческой деятельности в целом является совершенствование её информационного обеспечения.

С данным утверждением трудно не согласится в силу того, что в современной экономике все в больших объемах применяются электронные системы управления предприятиями, которые включают не только бухгалтерский блок, но и такие системы, как документооборот, управления продажами, закупками и т.д. В последнее время наметилась тенденция цифровизации экономики не только на макро, но и, прежде всего, на микроуровне [24]. Поэтому ключевым фактором эффективной коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия становится своевременное и качественное информирование коммерческих служб предприятия о состоянии рынка потребительского сбыта и потребительских предпочтений. В этой связи информационное обеспечение становится приоритетным направлением совершенствования коммерческой деятельности производственно-торговой организации.

Что касается приемки готовой продукции, как поставщиков, так и собственного производства на склад для хранения и подготовки ее к отправке покупателям, то совершенствование здесь возможно путем оптимизации логистических процессов.

Аналогичные направления представляются и по четвертому этапу сбытовой работы, представленной на рисунке 6. Это, прежде всего, организация эффективного документооборота и оптимизация складского хозяйства.

Решение проблем, связанных с организацией контроля над выполнением заказов покупателей и платежеспособностью клиентов всецело зависит от слаженной работы служб сбыта, закупа и бухгалтерии, то есть основным направлением совершенствования сбытовой работы в этом направлении является разработка регламентов по работе с документами соответствующих отделов.

Рассмотрев этапы коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия, можно сделать вывод, что основными направлениями её совершенствования являются:

– применение инновационных методов исследования рынка сырья и материалов, а также коммуникационных каналов с поставщиками;

– внедрение информационных систем обеспечения планирования и контроля закупок ТМЦ согласно ассортиментной политике;

– применение альтернативных видов обеспечения своевременности поставок;

– внедрение автоматизированных систем учета расчетов с поставщиками;

– применение рациональных и эффективных методов организации складского хозяйства;

– разработка ассортиментной политики предприятия;

– разработка информационно-рекламной компании с элементами обратной связи;

– организация сервисного обслуживания;

– внедрением информационных систем управления продажами и оптимизации логистических процессов;

– применение современных форм торговли, включая электронные;

– разработка регламентов по работе с документами соответствующих отделов и систем мотивации персонала.

Таким образом, решение проблем коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия лежит в нескольких плоскостях: организационной, финансовой, кадровой.

## 1.4 Сравнение отечественного и зарубежного опыта организации коммерческой деятельности предприятия

Как было указано в п. 1.1 настоящей работы «Коммерческая деятельность – это разновидность предпринимательской деятельности … осуществляемой

физическими или юридическими лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке в качестве предпринимателей … с целью получения прибыли».

Рассматривая правовые формы организации предпринимательской деятельности, следует отметить, что наибольшее распространение в США получили единоличные предприятия – аналог отечественных Индивидуальных предпринимателей. Основная сфера деятельности – мелкооптовая торговля и сфера услуг, а по размеру их можно причислить к отечественным малым предприятиям. Как и в Российском законодательстве, ответственность предпринимателя неограниченна, судебный иск может быть обращен на все его имущество. Вместе с тем процесс регистрации таких предпринимателей (предприятий) довольно прост, а из отчетности – только налоговая декларация. Однако, для осуществления некоторых видов деятельности требуются лицензии административных органов штата, в котором предполагается эту деятельность осуществлять.

Широкое распространение в США получила такая организационная форма, как партнерство (аналогичная форма в России – товарищество):

1) Общее партнерство осуществляет свою деятельность на основе законодательства и договора между партнерами. Партнеры имеют равные права на управление партнерством и его имущество. Аналогично единоличным предприятиям, партнеры несут неограниченную солидарную ответственность по обязательствам партнерства. При осуществлении деятельности с применением этой организационной формы налогообложение партнерства не предусмотрено в силу того, что налоги уплачиваются с доходов предпринимателей (каждый оформляет налоговую декларацию), входящих в его состав.

2) Отличительной особенностью Партнерства с ограниченной ответственностью является то, что в его организации должны быть две категории участников-партнеров: с полной и с ограниченной ответственностью. Партнеры с ограниченной ответственностью отвечают по обязательствам партнерства только

в пределах своего вклада. По налогообложению положение ограниченных партнерств аналогично положению общих. Аналога данной форме в РФ нет.

3) Наиболее применяемая организационная форма ведения предпринимательской деятельности в США – корпорация, которая строит свою деятельность в соответствии с уставом и внутренним регламентом. Наличие этих двух документов отличает американскую корпорацию от российских акционерных обществ, где достаточно одного устава. Федеральная налоговая система предусматривает налоговые льготы для малых корпораций, а именно: они освобождаются от налога на прибыль.

4) Компания с ограниченной ответственностью – это еще одна организационно-правовая форма ведения предпринимательской деятельности в США, которая включает в себя, как черты корпорации (ограниченная имущественная ответственность участников) и партнерства (доходы облагаются налогом так же, как доходы партнерства, т. е. только как доходы ее участников).

Далее представлен опыт зарубежных стран в организации оптовой торговли.

В зависимости от рыночного канала (производственный или потребительский) существуют различные компании, которые оптовые торговые операции. Их состав обширен и зависит от выполняемых функций, оказываемым услугам, размерам, размещению, специализации, ориентации на различные категории покупателей и т.п.

Оптовая торговля в США определяется тремя группами предприятий, которые отличаются характером распоряжения и владения товаром [9]:

– независимые оптовые посредники, оборот которых составляет немногим более половины оборота всей оптовой торговли;

– сбытовые органы промышленных компаний (оптовые конторы, оптовые базы), на долю которых третья часть в оптовом товарообороте;

– оптовики, не приобретающие права владения товаром (агенты, брокеры, комиссионеры, аукционные компании), получающие комиссионные на условиях дистрибьюции в виде процента от продаж и доля которых свыше 11 %.

В оптовой торговле стран Евросоюза получили развитие оптово-розничные объединения, товарные биржи, бюро или отделения сбыта промышленных предприятий и др.

Среди них наибольшее распространение получили оптово-розничные компании, закупающие крупные партии товаров у промышленных фирм и реализующие на условиях дистрибьюции их своим предприятиям розничной торговли, оказывая при этом им услуги по кредитованию закупки, совместной рекламе, формированию ассортимента.

Большинство дистрибьюторских компаний Европы (Германия, Франция, Испания, Италия, Греция, Бельгия, Норвегия, Польша и др.) не занимаются исключительно распространение продукта в торговые точки. Они охватывают полный спектр услуг по продвижению продукта и доставке его конечному потребителю.

Деятельность компаний можно условно разделить на четыре направления [13]:

– закупка товаров и их распределение по торговым точкам.

– продажи от имени производителя (за определенный процент от продаж) – агентская система продаж;

– маркетинг – составление и проведение рекламной кампании;

– продажа товара под брендом дистрибьюторской компании.

Так, например, деятельность немецкой компании DMV (Diedrichs Markenvertrieb) имеет два варианта предоставления услуг:

Первый вариант – только организация продажи, т.е. закупка товаров и распределение по торговым точкам.

DMV работает по агентской системе продаж, где владельцем торговой марки является производитель, а они занимаются продажами в торговые точки. При этом DMV получает комиссию от продаж товара на местах – в магазинах розничной торговли продуктами питания.

Второй вариант – полная дистрибьюция, то есть распределение товаров от своего имени плюс весь спектр маркетинга, что представляет более сложное

направление, включающее предоставления полного спектра услуг компании по организации процесса продаж. DMV покупает товар у производителей и распределяет их под собственным именем в торговых точках. У партнеров компании больше нет необходимости создавать собственную распределительную сеть, вместо этого они могут рассчитывать на надежную и компетентную дистрибьюцию через DMV. В тесном сотрудничестве с отделами маркетинга и общего управления производителей, DMV управляет развитием локального бренда.

Другая компания Европы – норвежская компания Velora Trade предоставляет следующую классификацию своих услуг:

– исследование рынка: предварительный анализ рынка по определенной категории товаров, чтоб оценить потенциал для новых продуктов; оценка потребительского спроса, чтоб спланировать задачи по дистрибьюции;

– работа со средствами массовой информации;

– категорийный менеджмент – услуги высококвалифицированных менеджеров со знаниями особенностей рынка, групп товаров и розничных сетей;

– закупка – прогнозирование и мониторинг доставки, упорядочение товар, управление отдельными партиями, контроль качества, мониторинг инвентаризации, управление поставками продукции;

– складирование и переупаковка;

– дистрибьюция – используется транзитный подход к распределению для создания более тесных взаимосвязей между ритейлерами, логистическими центрами и торговыми точками, что гарантирует ежедневные поставки товаров по определенным схемам;

– помощь в оформлении документов;

– IT - автоматизация – включает в себя CRM (управление отношениями с клиентами), ECR (Отзывы клиентов), ERP (Планирование на основе опыта), WMS (системы управления складом) и производство по заказам.

Главными принципами деятельности большинства европейских компаний являются:

– ориентация на потребности клиента;

– высокое качество предоставления услуг;

– максимальная автоматизация процессов (управление складами, оформление заказов, маршрутизация и т. д.);

– поддержание высокого уровня корпоративной культуры (мотивация персонала, удовлетворенность работой).

Например, польская компания De Care специализируется на импорте и дистрибуции высококачественных этнических продуктов, поставляемых исключительными, проверенными поставщиками. Компания всегда ориентирована на качество и сервис.

Португальская компания F. Lima S.A. ставит вышеупомянутые принципы в главные ценности компании: уважение личности; доверие, корпоративная культура Многофункциональное сотрудничество.

Итальянская компания Lona на основе принципов выделяет следующие стратегические цели:

– продукты: только высококачественная сертифицированная продукция.

– клиенты: предоставление наилучшего сервиса в коммерческой, административной и логистической области.

– сотрудники: мотивированные и довольные и приятная рабочая атмосфера.

Оптовая торговля Японии имеет свои отличительные особенности, так как в этой стране практически отсутствуют прямые связи розничной торговли и промышленности. Основу ее составляют торговые дома, которые организуют и производство, и торговлю той или иной группой товаров, и специализированные оптовые фирмы, представляющие промышленные компании.

В оптовой торговле имеют место основные (первичные) и второстепенные (вторичные) фирмы. Основные фирмы выступают представителями крупных промышленных фирм, закупают продукцию у этих фирм и реализуют ее крупным

(розничным) объединениям. Вторичные фирмы, как правило, закупают товары у основных и снабжают ими небольшие предприятия розничной торговли. В оптовой торговле Японии имеются оптово-розничные и рознично-оптовые объединения.

Рассмотрев опыт функционирования оптовых торговых предприятий в странах с развитой рыночной экономикой, и сравнивая его с российской действительностью, следует признать, что наблюдается смешение тенденций развития оптовой торговли. С одной стороны на рынке РФ в большом количестве присутствуют оптовые предприятия, работающие по дистрибьютерской схеме, что указывает на заимствование европейского опыта, а с другой стороны многие отечественные промышленные предприятия организовывают свои торговые дома, что «роднит» их с Японской моделью ведения коммерческой деятельности.

Такое положение дел обусловлено тем, что в РФ действуют крупные холдинги, в составе которых находится весь спектр предприятий, занимающихся коммерческой деятельностью (Торговые сети), которые выдавливают малые предприятия сферы торговли. Поэтому наряду с крупными оптовыми предприятиями экономически оправдано функционирование мелких и средних оптовых предприятий.

Далее представлен опыт зарубежных стран в организации розничной торговли.

Так, сравнивая розничную торговлю в Европе и в США, можно сразу же выявить её сходства и различия.

Так, в настоящее время среди экспертов распространены два мнения:

во-первых, Европа все больше и больше перенимает американский стиль розничной торговли, о чем свидетельствует увеличение предприятий, торгующих по системе самообслуживания, и неуклонное уменьшение количества мелких розничных фирм при одновременном увеличении крупных сетей (такая ситуация очень похожа на российскую действительность);

во-вторых, европейская розничная торговля по-прежнему существенно отличается от американской, при этом указывается на разницу в размерах

магазинов, степень использования смешанного мерчендайзинга в стратегии розничной торговли, характер обслуживания покупателей, стратегию расположения розничных предприятий и на продолжительность работы магазинов (здесь у России своя специфика).

Далее более подробно рассмотрены сходства и различия американской, европейской и российской розничной торговли.

1) Сходства.

а) Усиление в европейской и российской розничной торговле акцента на системе самообслуживания. Так, чтобы снизить затраты на персонал и увеличить уровень импульсивных покупок, все больше и больше европейских и российских розничных фирм обращаются к системе самообслуживания – практике, социально неприемлемой в прошлом, когда поход за покупками в большей степени был неким ритуалом, способом проведения свободного времени.

б) Увеличение доли рынка, занимаемой крупными торговыми сетями, за счет мелких независимых розничных торговцев.

2) Различия.

а) Размер магазина. В среднем европейские и российские магазины все еще меньше американских, и больше потребителей предпочитают независимые магазины.

б) Смешанный мерчендайзинг. Несмотря на то, что смешанный мерчендайзинг очень популярен в США, особенно в супермаркетах и в розничных магазинах, торгующих товарами общего профиля, европейские и российские розничные торговцы склонны специализироваться на более узком ассортименте товаров. В результате европейские и российские покупатели обычно совершают отдельные походы (поездки) в хлебный и мясной магазины, а также в аптеку. Однако в связи с распространение в России торговых сетей с их гипермаркетами, все российские потребители все более склонны делать покупки именно в гипермаркетах, которые используют смешанный мерчендайзинг, как и многие американские покупатели смотрят на отсутствие смешанного мерчендайзинга, как на неудобство, однако

многие европейцы считают, что ходить по отдельным магазинам – это значит иметь возможность покупать самые свежие продукты, просматривать более широкий ассортимент или получать более высокий уровень сервиса. Небольшой размер магазинов и значительное количество независимых розничных торговцев в Европе играют существенную роль в том, что смешанный мерчендайзинг здесь распространен достаточно мало.

в) Обслуживание покупателей. Европейские покупатели все еще любят не спеша рассматривать товары и возмущаются, если их торопят, чтобы они быстрее принимали решение. Таким образом, то, что американскому покупателю покажется медленным обслуживанием, европеец будет считать возможностью рассмотреть товары.

г) Продолжительность работы магазинов. Магазины, работающие семь дней в неделю и допоздна – это обычное явление в большинстве регионов США и России, но в Европе многие магазины каждый день закрываются на обед с 12:00 до 14:00 часов, в субботу работают только до 12:00 и имеют выходной день – воскресенье.

Таким образом, в РФ присутствуют элементы организации коммерческой деятельности, как европейских стран, так и США, а в некоторых направлениях и стран юго-восточной Азии.

## Выводы по главе 1

Под коммерческой деятельностью следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров и услуг, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли.

Для оценки коммерческой деятельности предприятия в экономической литературе чаще всего описаны методы и представлены модели, связанные с оценкой его деятельности с точки зрения его экономической эффективности. При этом используются показатели, характеризующие и результаты деятельности, и

экономический эффект, а их состав а также методика проведения такого вида анализа будет зависеть от целей его проведения.

В процессе анализа изучаются изменения в динамике, составе, структуре финансовой отчетности предприятия. Кроме того, по приведенным формам отчетности сравниваются за ряд периодов изменения средней величины имущества с изменениями финансовых результатов деятельности организации.

На любом этапе осуществления коммерческой деятельности у предприятия могут возникнуть трудности или могут быть выявлены недостатки, которые потребуют их решения.

Так как коммерческая деятельность производственно-торговых предприятий делится на закупочную (материально-техническое обеспечение) и сбытовую, то и направления совершенствования будут соответствующие.

Основные направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части закупа ТМЦ:

– применение инновационных методов исследования рынка сырья и материалов, а также коммуникационных каналов с поставщиками;

– применение информационных систем обеспечения планирования и контроля закупок ТМЦ согласно ассортиментной политике;

– применение альтернативных видов обеспечения своевременности поставок;

– внедрение автоматизированных систем учета расчетов с поставщиками.

Основные направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части сбыта продукции:

– разработку ассортиментной политики предприятия

– разработку информационно-рекламной компании с элементами обратной связи;

– организация сервисного обслуживания.

– оптимизация логистических процессов.

Указанные направления требуют от предприятия в свою очередь решения проблем в нескольких плоскостях: организационной, финансовой, кадровой и

требует взвешенного подхода, основанного на качественно проведенном анализе коммерческой деятельности объекта исследования.

Представленные основные направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части закупа ТМЦ и в части сбыта продукции следует рассматривать и в контексте мирового опыта функционирования оптовых торговых предприятий в странах с развитой рыночной экономикой. Проведенный анализ такого опыта в сравнении с российской действительностью, следует признать, что наблюдается смешение тенденций развития оптовой торговли. С одной стороны на рынке РФ в большом количестве присутствуют оптовые предприятия, которые в процессе своей деятельности укрупняются, что роднит их с моделью ведения коммерческой деятельности в США. Однако, с другой стороны, их функционирование осуществляется по дистрибьютерской схеме, что указывает на заимствование европейского опыта. Тем не менее многие отечественные промышленные предприятия организовывают свои торговые дома, что «роднит» их с Японской моделью ведения коммерческой деятельности.

Таким образом, при осуществлении на территории РФ предприятиями коммерческой деятельности применяется опыт её организации разных стран Европы, Америки и Азии.

# 2 АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПФ «АЛЮМИНИЕВЫЕ КОНСТРУКЦИИ»

## 2.1 Краткая технико-экономическая характеристика предприятия

ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» действует с 18 апреля 2007 г. Юридический адрес организации: 456390, Челябинская область, г. Миасс, п. Тургояк, ул. Спортивная, дом 34.

Уставный капитал составляет 10 000 руб. Учредителем общества является физическое лицо, доля которого в уставном капитале составляет 100%.

Регистратором организации является Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 17 по Челябинской области, расположенной по адресу: 455038, Челябинская область, г. Магнитогорск, проспект Ленина, 65.

Организации присвоены реквизиты, представленные в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Реквизиты ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Наименование | Номер |
|---|---|
| ОГРН | 1077415002477 |
| ИНН | 7415054951 |
| КПП | 741501001 |
| ОКПО | 99258137 |
| ОКАТО | 75442000022 |
| ОКОГУ | 4210014 |
| ОКТМО | 75742000211 |
| ОКФС | Частная собственность |

Организация поставлена на налоговый учет в ИФНС по г. Миассу Челябинской области.

Виды деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Виды деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Код | Наименование |
|---|---|
| Основной | |
| 25.11 | Производство строительных металлических конструкций, изделий и их частей |
| Дополнительные | |
| 47.9 | Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков |

Окончание таблицы 2.2

| Код | Наименование |
|---|---|
| 43.99.5 | Работы по монтажу стальных строительных конструкций |
| 25.12 | Производство металлических дверей и окон |
| 22.23 | Производство пластмассовых изделий, используемых в строительстве |
| 23.12 | Формирование и обработка листового стекла |
| 46.90 | Торговля оптовая неспециализированная |

Деятельность ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» связана с алюминиевыми и другими аналогичными конструкциями (пластиковыми окнами), и состоит из следующих направлений:

– изготовление и продажа алюминиевых конструкций стандартных размеров для неопределенного круга лиц;

– изготовление и продажа алюминиевых конструкций по размерам и требованиям заказчика;

– перепродажа пластиковых окон стандартных размеров, приобретенных у изготовителей.

В качестве покупателей выступают физические лица (население) и организации.

Так как компания занимается производством, продажей и перепродажей без установки конструкций из алюминиевого и пластикового профиля юридическим и физическим лицам, то согласно ст. 346.27 НК продажа продукции собственного изготовления к розничной торговле не относится, а значит, используется общая система налогообложения [21].

Следует отметить, что компания в офисе продажу изделий осуществляет по образцам, поэтому ЕНВД в данном случае не применяется, а используются общий режим налогообложения (Письма Минфина от 10.06.2008 № 03-11-04/3/266, от 12.05.2008 N 03-11-04/3/236).

Компания ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» на два участка:

1. Офис продаж расположен по адресу Челябинская обл., г. Миасс, ул. Романенко, дом 9.

В офисе продаж находятся образцы и элементы алюминиевых и пластиковых оконных конструкций, комплектующих, рекламные плакаты и стенды, которые являются одновременно средством оформления офиса продаж. Все это позволяет клиентам сориентироваться во всем многообразии вариантов конструирования и комплектования современных оконных конструкций. Площадь офиса продаж составляет 65 м$^2$.

Персонал офиса продаж состоит из двух менеджеров по работе с клиентами, главного бухгалтера и бухгалтера-кассира.

Производственный участок, который находится по адресу Челябинская обл., г. Миасс, Тургоякское шоссе 11/3.

Помещение цеха находится в аренде и имеет следующие характеристики:

– общая площадь 320 м$^2$ при высоте потолков 4 м;

– площадь складских помещений 110 м$^2$;

– помещение имеет эффективную вентиляционную систему;

– для стабильной работы оборудования имеется устойчивая подача электроэнергии промышленных характеристик (напряжение 380В и частотой 50Гц);

– для станков с пневматическим типом прижимов в отдельной комнате установлен компрессор.

Производство укомплектовано следующим силовым оборудованием:

– маятниковая пила для резки профиля.

– копировально-фрезерный станок для фрезеровки отверстий в профиле.

– станок для фрезеровки торцов импостов.

– станок для зачистки рамного и створчатого профиля после сварки.

– станок для зачистки наружных углов после сварки.

– гравер для обработки пазов под уплотнитель.

Персонал производственного цеха состоит из:

– начальника, который следит и отвечает за работу всего цеха, а также на него возложены обязанности кладовщика;

– технолога, ответственного за соблюдение технологии производства изделий;

– восемь рабочих, выполняющих технологические операции на оборудовании.

Организационная структура компании представлена на рисунке 2.1.

Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Среднесписочная численность персонала компании составляет 15 человек.

Компания ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» производит и реализует следующие виды алюминиевых конструкций:

– алюминиевые витражи;

– алюминиевое остекление балконов;

– зенитные фонари;

– алюминиевые двери;

– алюминиевые перегородки;

– входные группы;

– зимние сады и теплицы;

– противопожарные конструкции.

В производстве компания использует следующие виды профилей:

– теплый, который устанавливается на объектах, где важно поддерживать комфортную температуру;

– холодный, устанавливаемый там, где не требуется отопление (или его нет).

Производственной базой компании ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» является современное зарубежное оборудование.

В работе используется следующие системы профилей, такие как: «Татпроф» (Набережные Челны), «Schueco» (Германия), «Alutech» (Беларусь).

Одним из крупнейших заказчиков продукции ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» является АО «Уральский автомобильный завод» г. Миасс [23].

В таблице 2.3 представлены сведения о площадях, имеющихся в распоряжении компании для ведения коммерческой деятельности и персонале.

Таблица 2.3 – Основные данные о персонале и площадях ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | Отклонение (+; -) | Темп роста |
|---|---|---|---|---|---|
| Общая площадь предприятия всего, м$^2$ | 423 | 385 | 385 | -38 | 91,0 |
| в том числе торговая | 103 | 65 | 65 | -38 | 63,1 |
| Среднесписочная численность персонала всего, чел.: | 20 | 17 | 15 | -5 | 75,0 |
| в том числе торгово-оперативный | 5 | 4 | 3 | -2 | 60,0 |
| Фонд заработной платы, тыс. руб. | | | | | |

Как видно из данных, представленных в таблице 4, торговая площадь снизилась более высокими темпами по сравнению с общей площадью (рисунок 2.2).

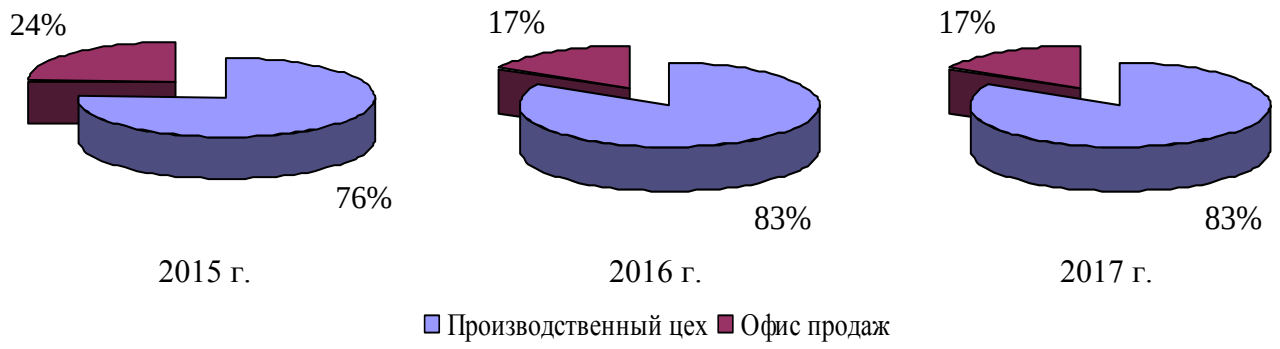


Рисунок 2.2 – Структура объектов коммерческой деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Вместе с тем, среднесписочная численность персонала в период 2015-2017 гг. сокращается (рисунок 2.3).

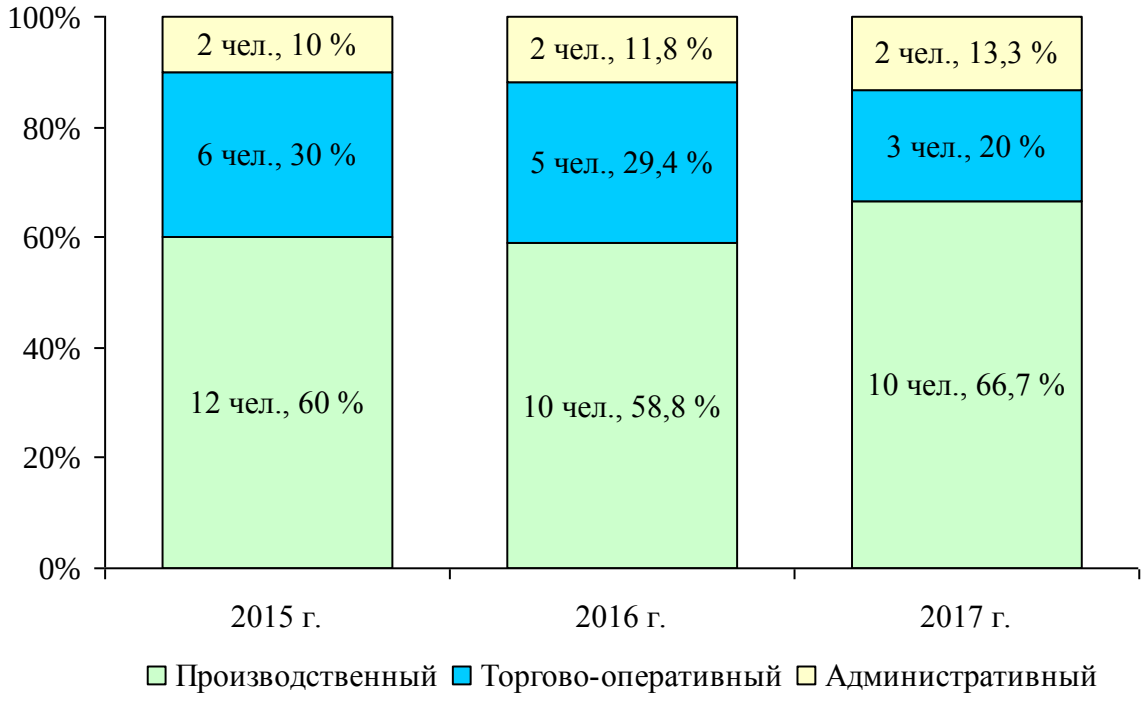


Рисунок 2.3 – Состав и структура среднесписочной численности персонала ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

В таблице 2.4 представлены основные показатели деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» в период с 2015 по 2017 год включительно.

Таблица 2.4 – Основные показатели деятельности предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции», тыс. руб.

| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | Отклонение (+/–) | | Темп роста, % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2016 г. от 2015 г. | 2017 г. от 2016г. | |
| Выручка нетто от продажи товаров | 56 209 | 73 291 | 79 936 | 17 082 | 6 645 | 142,2 |
| Валовая прибыль | 16 354 | 17 365 | 19 664 | 1 011 | 2 299 | 120,2 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 1 546 | 2 363 | 3 242 | 817 | 879 | 209,7 |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного года | 1 155 | 2 122 | 2 422 | 967 | 300 | 209,7 |

Представленные данные в таблице 2.4 указывают, что наблюдается значительный рост выручки, что вместе с ростом покупной стоимости товаров

дало прирост валовой прибыли менее высокими темпами по отношению к выручке.

Вместе с тем наблюдается рост прибыли от продаж более чем в 2 раза, что связано с сокращением коммерческих и управленческих расходов, что в свою очередь привело к росту чистой прибыли предприятия с этими же значениями (рисунок 2.4).

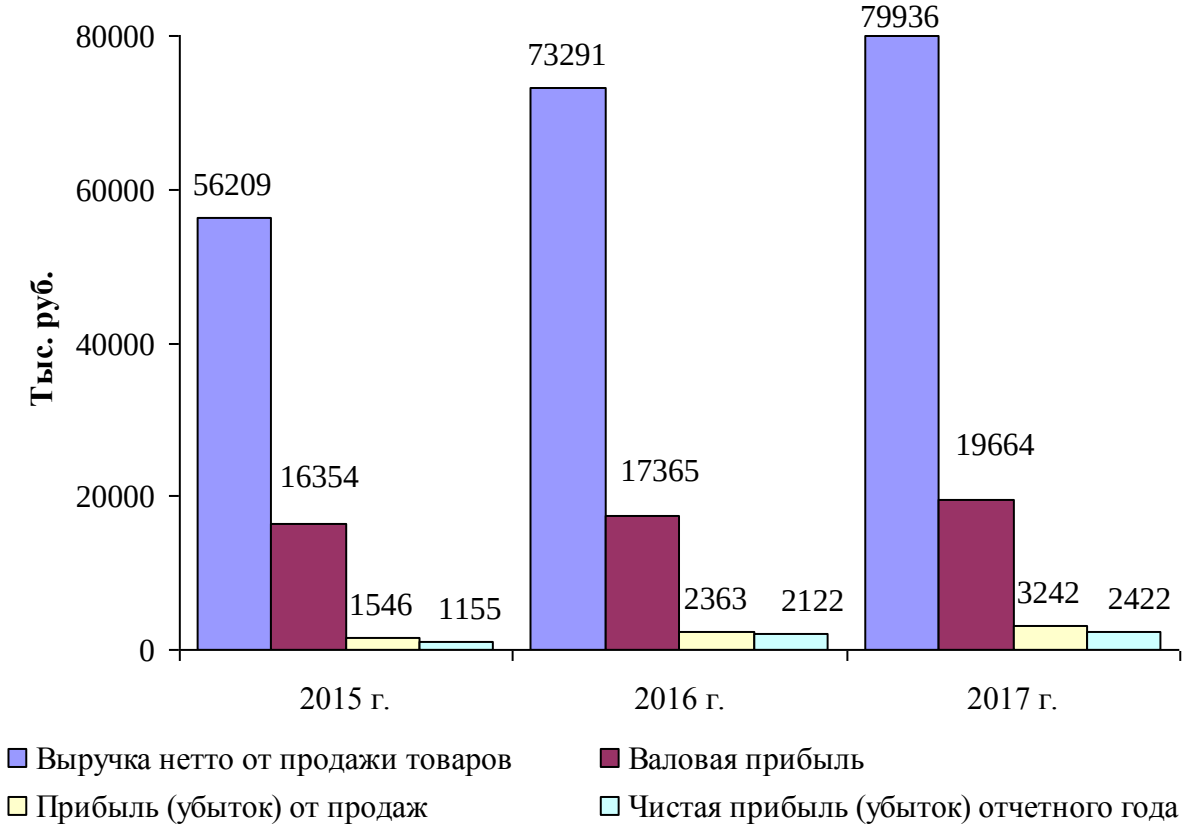


Рисунок 2.4 – Динамика основных результирующих финансовых показателей ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Таким образом, предприятие вместе с ростом выручки активно проводит мероприятия по снижению себестоимости продукции.

На основании этого можно утверждать, что предпринятые руководством компании ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» действия по повышению эффективности коммерческой деятельности в период 2015-2017 гг. являются успешными.

## 2.2 Анализ основных финансово-экономических показателей коммерческой деятельности предприятия

С целью оценки финансово-экономического положения ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» нами проведен вертикально-горизонтальный анализ его бухгалтерского баланса (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Аналитический баланс предприятия (актив)

| Наименование показателя | 2015 г. | | 2016 г. | | 2017 г. | | Изменение (+;-) 2017 г. от 2016 г. | Темп прироста, % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | тыс. руб. | доля, % | тыс. руб. | доля, % | тыс. руб. | доля, % | | |
| Внеоборотные активы всего: | 555 | 5,6 | 2 004 | 13,1 | 1 995 | 11,8 | -9 | 259,5 |
| в том числе: | | | | | | | | |
| Материальные внеоборотные активы | 555 | 5,6 | 2 004 | 13,1 | 1 995 | 11,8 | -9 | 259,5 |
| Нематериальные, финансовые и внеоборотные активы | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | - |
| Оборотные активы всего: | 9 358 | 94,4 | 13 251 | 86,9 | 14 854 | 88,2 | 1 603 | 58,7 |
| в том числе: | | | | | | | | |
| Запасы | 6 950 | 70,1 | 2 771 | 18,2 | 5 598 | 33,2 | 2 827 | -19,5 |
| Дебиторская задолженность | 1 484 | 15,0 | 6 055 | 39,7 | 5 535 | 32,9 | -520 | 273,0 |
| Финансовые и другие оборотные активы | 126 | 1,3 | 428 | 2,8 | 236 | 1,4 | -192 | 87,3 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 798 | 8,1 | 3 997 | 26,2 | 3 485 | 20,7 | -512 | 336,7 |
| Баланс | 9 913 | 100,0 | 15 255 | 100,0 | 16 849 | 100,0 | 1 594 | 70,0 |

Темпы прироста рассчитаны по формуле (Б.1).

Итог баланса увеличивается с 9 913 тыс. руб. в 2015 году до 16 849 тыс. руб. в 2017 году, при росте итога баланса достигается рост имущественного потенциала предприятия, обеспечивающий потенциальное увеличение его финансовых результатов, следовательно, увеличение итога баланса это можно рассматривать как показатель эффективности деятельности.

Данные таблицы 2.5 показывают, что доминирующая часть имущественного комплекса предприятия сформирована за счет оборотных активов 2015 г. – 94,4 %; 2016 г. – 86,9 %; а в 2017 г. – 88,2 %.

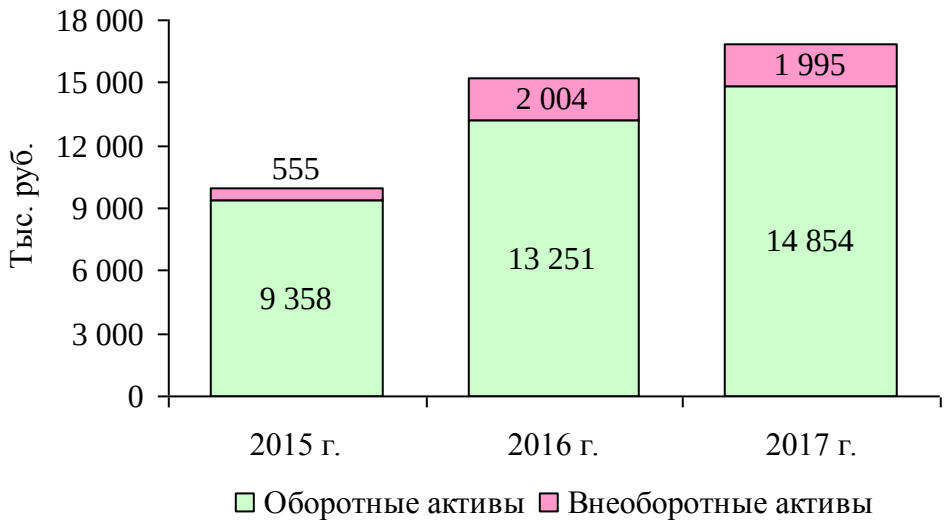


Рисунок 2.5 – Состав активов ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Финансовые и другие оборотные активы в рассматриваемом периоде представлены только прочими активами.

В составе оборотных активов большую часть занимают запасы в 2011 г. – 70,1%, но в 2016 году их доля резко сократилась до 18,2 %, но затем, в 2017 для выросла, но только до 33,2 %. В целом снижение величины запасов составило 19,5 %.

Наличие излишних запасов на предприятии с одной стороны носит негативный характер, потому что деньги отвлечены из оборота; с другой стороны у предприятия есть возможность увеличить объем производства без дополнительных инвестиций.

На втором месте находится краткосрочная дебиторская задолженность, которая имеет следующую тенденцию в 2015 г. – 1484 тыс. руб., в 2016 г. – 6055 тыс. руб., в 2017 г. – 5535 тыс. руб., то есть в целом прирост дебиторской задолженности составил 273 %

Наличие дебиторской задолженности с одной стороны фактор положительный т.к. это говорит о том, что компания развивает продажи, а с другой стороны – это отвлечение денежных средств из оборота, что в период кризиса крайне не желательно и, по возможности следует избегать, тем не менее, операции по

передаче продаваемых ювелирных изделий на реализацию партнерам существуют.

Денежные средства в составе активов составляют значительную долю. Так в 2015 г. она составляла – 8,1 %, 2016 г. – 26,2 %, 2017 г. – 20,7 %.

В динамике наблюдается увеличение данной статьи баланса, что является положительным моментом. Однако наличие свободных денежных средств свидетельствует об их накоплении и отсутствии реинвестиций.

Наглядно, состав оборотных активов предприятия и его изменение по годам анализа представлен на рисунке 2.6.

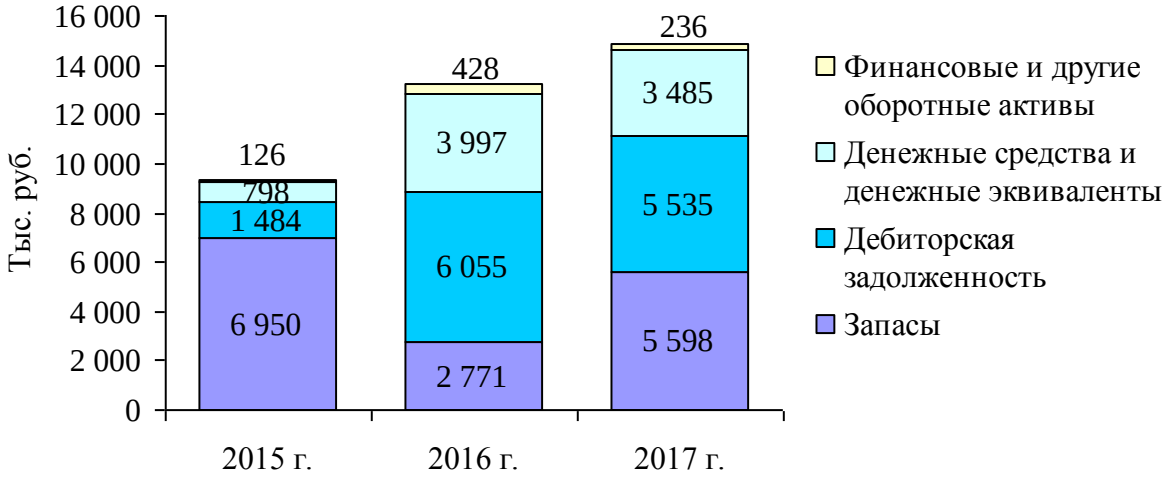


Рисунок 2.6 – Состав оборотных активов ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

В таблице 2.6 представлен аналитический баланс предприятия (пассив).

Таблица 2.6 – Аналитический баланс предприятия (пассив)

| Наименование показателя | 2015 г. | | 2016 г. | | 2017 г. | | Изменение (+;-) 2017 г. от 2016 г. | Темп прироста, % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | тыс. руб. | доля, % | тыс. руб. | доля, % | тыс. руб. | доля, % | | |
| Капитал и резервы | 1 368 | 13,8 | 3 490 | 22,9 | 5 913 | 35,1 | 2 423 | 332,2 |
| Долгосрочные обязательства | 2 734 | 27,6 | 3 530 | 23,1 | 3 062 | 18,2 | -468 | 12,0 |
| Краткосрочные обязательства всего | 5 811 | 58,6 | 8 235 | 54,0 | 7 874 | 46,7 | -361 | 35,5 |
| в том числе: | | | | | | | | |
| Краткосрочные заемные средства | 1 453 | 14,7 | 1 812 | 11,9 | 2 047 | 12,2 | 236 | 40,9 |

Окончание таблицы 2.6

| Наименование показателя | 2015 г. | | 2016 г. | | 2017 г. | | Изменение (+;-) 2017 г. от 2016 г. | Темп прироста, % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | тыс. руб. | доля, % | тыс. руб. | доля, % | тыс. руб. | доля, % | | |
| Кредиторская задолженность | 4 358 | 44,0 | 6 423 | 42,1 | 5 827 | 34,6 | -597 | 33,7 |
| Прочие краткосрочные обязательства | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | #ДЕЛ/0! |
| Баланс | 9 913 | 100 | 15 255 | 100 | 16 849 | 100,0 | 1 594 | 70,0 |

В структуре капитала преобладают краткосрочные обязательства, которые в 2015 г. составляли 58,6 % (5 811 тыс. руб.), в 2016 г. – 54,0 % (8 235 тыс. руб.), в 2017 г. – 46,7 % (7 874 тыс. руб.). Признаком «хорошего» баланса является рост собственного капитала, что и наблюдается в анализируемом периоде. Так в анализируемом периоде собственный капитал вырос на 332,3 % или с 1368 тыс. руб., до 5 913 тыс. руб. Доля при этом выросла с 13,8 % до 35,1 % (рисунок 2.7).

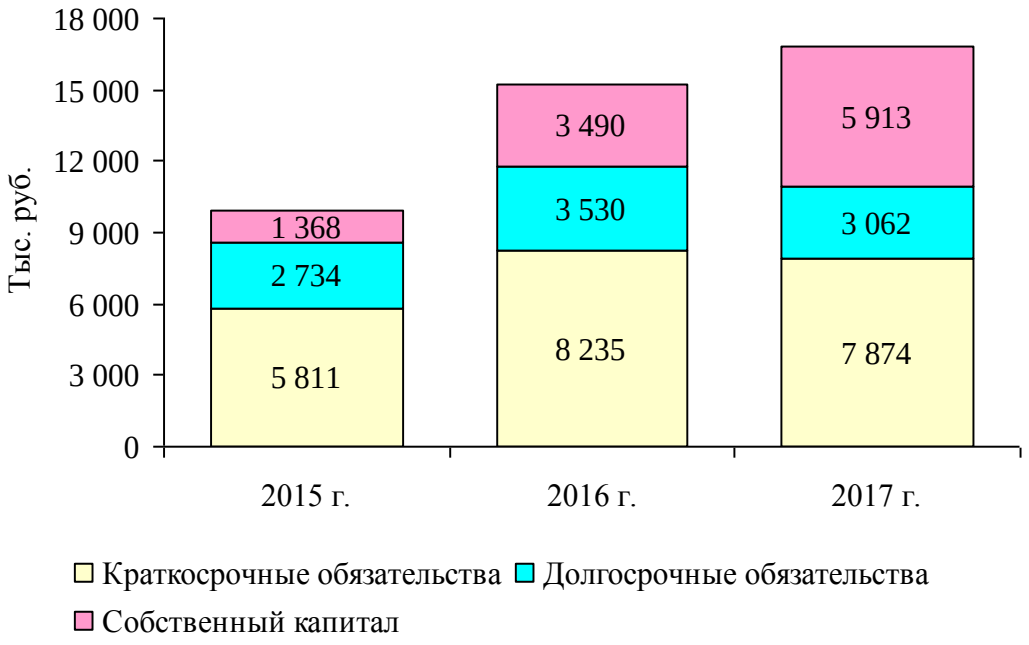


Рисунок 2.7 – Состав источников финансирования имущества ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Кредиторская задолженность за весь анализируемый период выросла только на 33,7 %.

Таким образом, предприятие для финансирования своей деятельности использует собственный капитал так и заемные средства, что характеризует его как в некоторой степени зависимых от кредиторов.

Показатели ликвидности имущества предприятия рассчитаны по формулам (Б.2), (Б.3) и (Б.4) (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – Коэффициенты ликвидности (на конец года)

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,137 | 0,485 | 0,348 | 253,4 | 0,443 | -0,043 | -8,8 | 0,305 | 222,3 |
| Коэффициент быстрой ликвидности | 0,393 | 1,221 | 0,828 | 210,8 | 1,146 | -0,075 | -6,2 | 0,753 | 191,7 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 1,610 | 1,609 | -0,001 | -0,1 | 1,886 | 0,277 | 17,2 | 0,276 | 17,1 |

На рисунке 2.8 представлена динамика рассчитанных коэффициентов ликвидности.

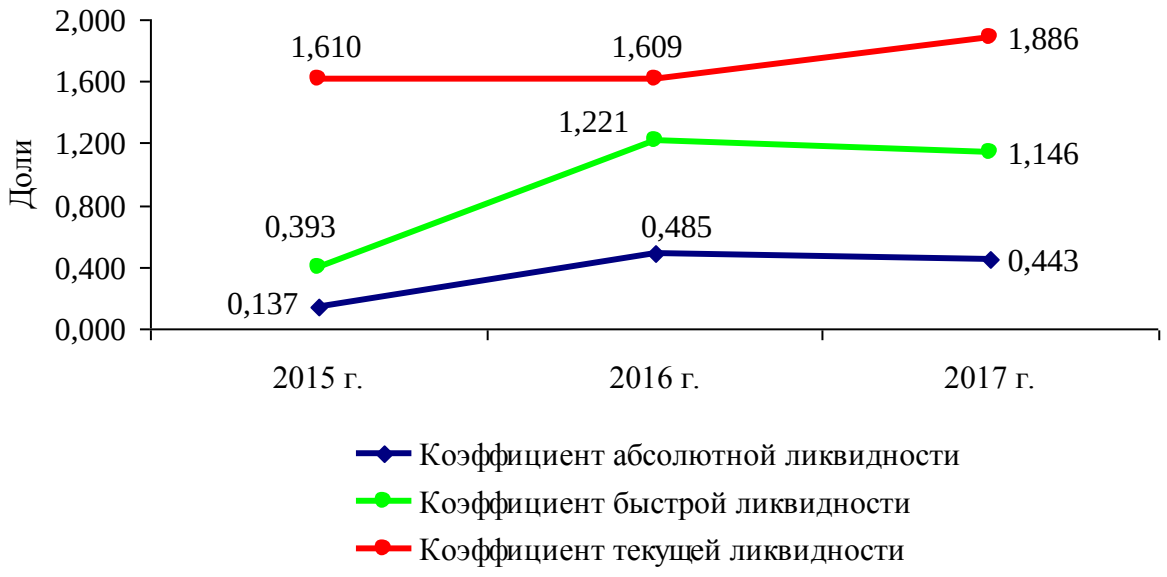


Рисунок 2.8 – Динамика показателей ликвидности имущества ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Коэффициент абсолютной ликвидности за рассматриваемый период имеет положительную динамику, т. е. у предприятия растут денежные средства и их эквиваленты. Значение коэффициента находится в диапазоне своих допустимых значений, а темпы роста внушительные более чем в три раза.

Коэффициент быстрой ликвидности также имеет положительную динамику, т.е. поступления за отгруженную продукцию растут. Однако значение коэффициента выше своих допустимых значений. Избыточная ликвидность не является положительным моментом в деятельности компании, так как наличие свободных денежных средств свидетельствует об их накоплении и отсутствии реинвестиций

Коэффициент текущей ликвидности в целом также имеет положительную динамику. Коэффициент в диапазоне своих допустимых значений от 1 до 2. Это говорит о том, что предприятие в этот период имело в достаточном количестве оборотного капитала для погашения всех своих краткосрочных обязательств.

В таблице 2.8 представлены рассчитанные по формулам (Б.5), (Б.6) и (Б.7) коэффициенты платежеспособности и далее представлен их анализ.

Таблица 2.8 – Коэффициенты платежеспособности (на конец года)

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Коэффициент соотношения ДС и чистого оборотного капитала | 0,982 | 2,690 | 1,708 | 174,0 | 0,889 | -1,800 | -66,9 | -0,092 | -9,4 |
| Коэффициент платежеспособности по текущим обязательствам | 1,241 | 1,348 | 0,108 | 8,7 | 1,182 | -0,166 | -12,3 | -0,059 | -4,7 |
| Платежеспособность общая | 1,824 | 1,926 | 0,102 | 5,6 | 1,642 | -0,285 | -14,8 | -0,183 | -10,0 |

Данные, представленные в таблице 2.8 показывают, что коэффициент соотношения денежных средств и чистого оборотного капитала на конец рассматриваемого периода снизился на 9,4 %. Тем не менее значения входят в рекомендуемый диапазон от 0 до 1.

Коэффициент платежеспособности по текущим обязательствам за рассматриваемый период снизился и на конец 2017 года составил 1,182, т.е. предприятие в этот период сможет погасить все свои краткосрочные обязательства из среднемесячной выручки с запасом в 18,2 %.

Показатель общей степень платежеспособности также снизился на 10,0 %. Значения выше единицы говорят о том, что предприятие платежеспособно, а тенденция к снижению, является негативным фактором в деятельности предприятия.

На рисунке 2.9 представлена динамика рассчитанных коэффициентов платежеспособности.

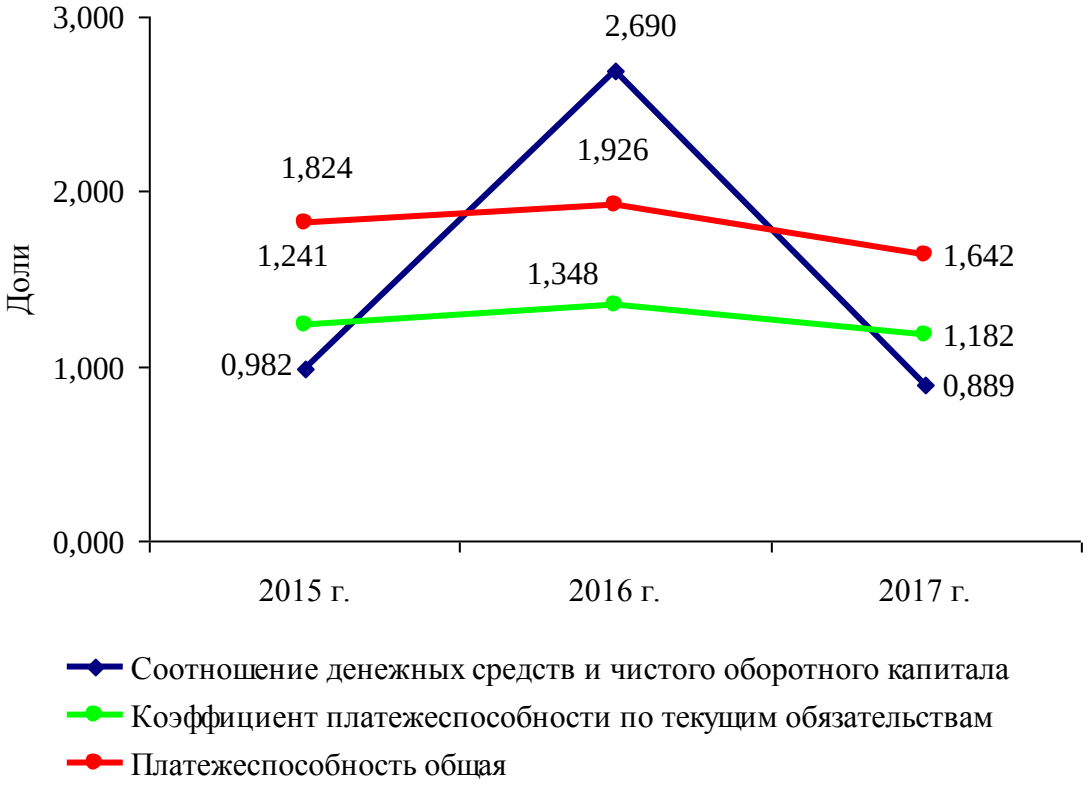


Рисунок 2.9 – Динамика показателей платежеспособности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие состояние запасов и степень их обеспеченности основными

источниками формирования. Результаты расчетов этих показателей представлены в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости ООО ПФ «Алюминиевые конструкции», тыс. руб.

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| 1. Собственный капитал | 1 368 | 3 490 | 2 122 | 155,1 | 5 913 | 2 423 | 69,4 | 4 545 | 332,2 |
| 2. Внеоборотные активы | 555 | 2 004 | 1 449 | 261,1 | 1 995 | -9 | -0,4 | 1 440 | 259,5 |
| 3. Собственные оборотные средства (СОС) (стр.1-стр.2) | 813 | 1 486 | 673 | 82,8 | 3 918 | 2 432 | 163,7 | 3 105 | 381,9 |
| 4. Долгосрочные обязательства (ДО) | 2 734 | 3 530 | 796 | 29,1 | 3 062 | -468 | -13,3 | 328 | 12,0 |
| 5. Наличие СОС и ДО (стр. 3 + стр. 4) | 3 547 | 5 016 | 1 469 | 41,4 | 6 980 | 1 964 | 39,2 | 3 433 | 96,8 |
| 6. Краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность по ТМЦ | 5 811 | 8 235 | 2 424 | 41,7 | 7 874 | -361 | -4,4 | 2 063 | 35,5 |
| 7. ОИФЗ (стр. 5 + стр. 6) | 9 358 | 13 251 | 3 893 | 41,6 | 14 854 | 1 603 | 12,1 | 5 496 | 58,7 |
| 8. Общая сумма запасов | 6 950 | 2 771 | -4 179 | -60,1 | 5 598 | 2 827 | 102,0 | -1 352 | -19,5 |
| 9. Излишек (+), недостаток (–) СОС (стр. 3 - стр. 8) | -6 137 | -1 285 | 4 852 | -79,1 | -1 680 | -395 | 30,7 | 4 457 | -72,6 |
| 10. Излишек (+), недостаток (-) СОС и ДО (стр. 5 - стр. 8) | -3 403 | 2 245 | 5 648 | -166,0 | 1 382 | -863 | -38,4 | 4 785 | -140,6 |
| 11. Излишек (+), недостаток (–) ОИФЗ (стр. 7 – стр. 8) | 2 408 | 10 480 | 8 072 | 335,2 | 9 256 | -1 224 | -11,7 | 6 848 | 284,4 |

Как видно из таблицы 2.9 у предприятия в 2015 году диагностируется минимально неустойчивое финансовое состояние, так как предприятие использует для финансирования запасов все возможные источники.

Однако уже в 2016 году и далее в 2017 году у предприятия наблюдаются нормальная финансовая устойчивость, т.е. запасы сформированы за счет собственных средств и долгосрочных источников финансирования предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

В таблице 2.10 представлены результаты расчетов коэффициентов финансовой устойчивости предприятия, рассчитанных по формулам (Б.11), (Б.12), (Б.13) и (Б.14).

Таблица 2.10 – Показатели финансовой независимости (структуры капитала) ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Коэффициент автономии | 0,138 | 0,229 | 0,091 | 65,8 | 0,351 | 0,122 | 53,4 | 0,213 | 154,3 |
| Коэффициент финансовой зависимости | 6,246 | 3,371 | -2,875 | -46,0 | 1,849 | -1,522 | -45,1 | -4,397 | -70,4 |
| Коэффициент покрытия инвестиций | 0,414 | 0,460 | 0,046 | 11,2 | 0,533 | 0,072 | 15,8 | 0,119 | 28,7 |
| Коэффициент иммобилизации имущества | 0,056 | 0,131 | 0,075 | 134,6 | 0,118 | -0,013 | -9,9 | 0,062 | 111,5 |

Данные представленные в таблице 2.10 показывают, что произошел рост коэффициента автономии на 154,3 %. Это связано с ростом доли собственного капитала в активах предприятия, что положительно характеризует коммерческую деятельность предприятия. Однако значение этого показателя в анализируемом периоде ниже рекомендуемого диапазона значений этого показателя от 0,5 и выше.

Коэффициент финансовой зависимости имеет существенную отрицательную динамику. Коэффициент снизился более чем в 1.7 раза. Это говорит о росте финансовой независимости предприятия от внешних источников финансирования, что положительно характеризует коммерческую деятельность предприятия. Однако значения этого показателя в анализируемом периоде не входят в диапазон рекомендуемых (менее 1).

Коэффициент покрытия инвестиций за рассматриваемый период вырос на 28 %. Это говорит о том, что уровень имущества предприятия связанного с долгосрочными источниками их финансирования увеличился, что положительно отразится на коммерческой деятельности предприятия. Однако этот показатель в анализируемом периоде ниже диапазона рекомендуемых значений (от 0,75 до 0,9).

Коэффициент иммобилизации имущества увеличился на 111,5 %. Это говорит о том, что у предприятия за рассматриваемый период внеоборотные активы

выросли более чем в два раза. Для предприятия производственной сферы это положительный момент в деятельности.

На рисунке 2.10 представлены графически показатели финансовой независимости (структуры капитала).

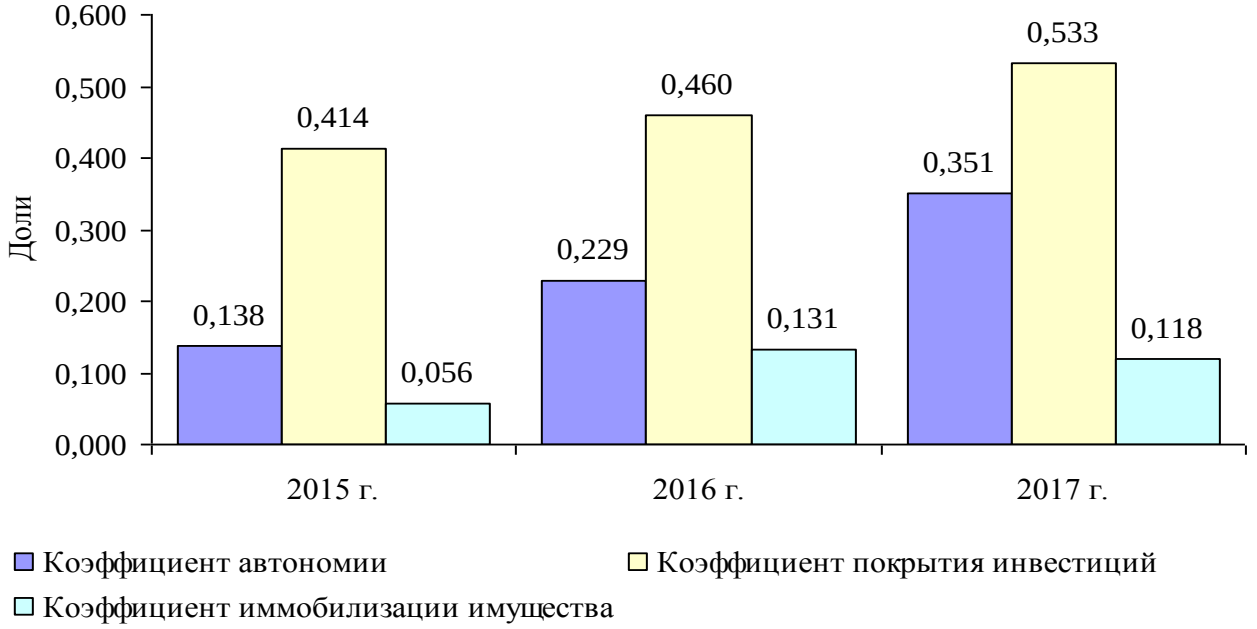


Рисунок 2.10 – Динамика коэффициентов структуры капитала ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

В таблице 2.11 представлены результаты расчетов относительных показателей состояния оборотных активов, произведенных по формулам (Б.15), (Б.16), (Б.17), (Б.18) и (Б.19).

Таблица 2.11 – Показатели состояния оборотных средств ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Коэффициент маневренности | 0,594 | 0,426 | -0,169 | -28,4 | 0,663 | 0,237 | 55,6 | 0,068 | 11,5 |
| Коэффициент обеспеченности ОА СОС | 0,087 | 0,112 | 0,025 | 29,1 | 0,264 | 0,152 | 135,2 | 0,177 | 203,6 |
| Коэффициент обеспеченности МПЗ величиной СОС | 0,117 | 0,536 | 0,419 | 358,4 | 0,700 | 0,164 | 30,5 | 0,583 | 498,3 |

Окончание таблицы 2.11

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Соотношение мобильных и иммобилизованных активов | 17,861 | 7,612 | -10,249 | -57,4 | 8,446 | 0,833 | 10,9 | -9,416 | -52,7 |
| Соотношения дебиторской и кредиторской задолженности | 0,341 | 0,943 | 0,602 | 176,8 | 0,950 | 0,007 | 0,8 | 0,609 | 179,0 |

Представим динамику анализируемых показателей графически (рисунок 2.11).

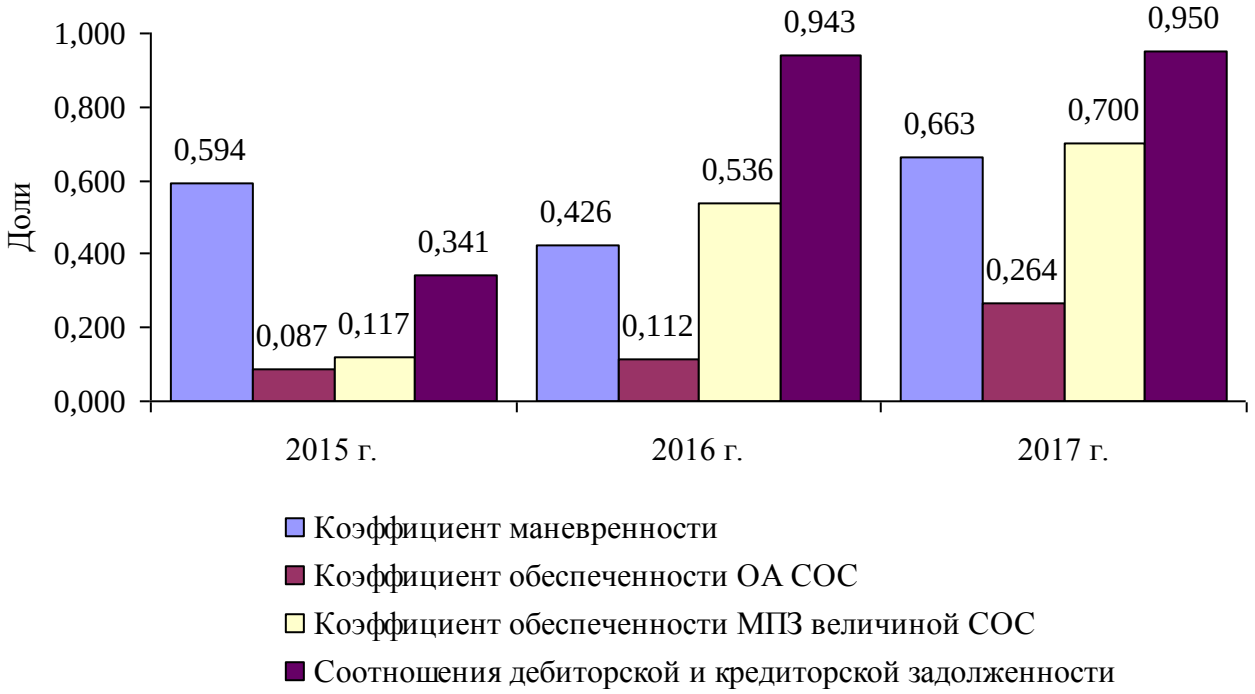


Рисунок 2.11 – Динамика коэффициентов состояния основных и оборотных средств ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Как видно из данных, представленных в таблице 2.11, коэффициент маневренности за рассматриваемый период имеет небольшую положительную динамику, увеличиваясь с 0,594 в 2015 году до 0,663 в 2017 году. То есть финансирование оборотных средств за счет собственного капитала в 2015 году составляло 59,4 %, а в 2017 году уже 66,3 %, что вышло за верхнюю границу рекомендуемого диапазона значений для данного показателя (до 0,5).

Коэффициент обеспеченности оборотных (текущих) активов собственными оборотными средствами имеет небольшую положительную динамику. Этот показатель входит в диапазон рекомендованных значений. Следовательно, оборотные активы сформированы на счет собственного капитала на конец рассматриваемого периода на 66,3 %.

Коэффициент обеспеченности материально-производственных запасов величиной собственных оборотных средств имеет положительную динамику. Этот показатель имеет положительный знак, что говорит о полном формировании предприятием запасов за счет собственных оборотных средств.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов в рассматриваемом периоде снизился в пользу внеоборотных активов за счет приобретения предприятие основных производственных фондов.

Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности в рассматриваемом периоде вырос с 34,1 % до 95,0 %, т.е. на конец рассматриваемого периода дебиторская задолженность составляет 95% от величины кредиторской задолженности, что положительно характеризует структуру источников финансирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие достаточно финансово устойчиво т.к. большинство коэффициентов входят в диапазоны своих допустимых значений, однако динамика некоторых их отрицательна, что может говорить о небольшом ухудшении финансовой устойчивости предприятия.

Далее дан анализ рентабельности коммерческой деятельности. Показатели рассчитаны по формулам (Б.20), (Б.21) и (Б.22) (таблица 2.12).

Таблица 2.12 – Анализ показателей рентабельности, в процентах

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Рентабельность всех активов | 14,0 | 16,9 | 2,9 | 20,8 | 15,1 | -1,8 | -10,5 | 1,1 | 8,1 |
| Рентабельность собственного капитала | 146,3 | 87,4 | -58,9 | -40,3 | 51,5 | -35,8 | -41,0 | -94,8 | -64,8 |
| Рентабельность продаж | 2,1 | 2,9 | 0,8 | 40,9 | 3,0 | 0,1 | 4,6 | 1,0 | 47,5 |

Как видно из таблицы 2.12 динамика показателей рентабельности в целом слабовыраженная положительная. Однако в 2017 году по сравнению с 2016 годом активов снизилась на 10,5 %, а снижение рентабельность собственного капитала составило 41 % с 87,4 % до 51,5 %. Между тем рентабельность продаж слабо растет на 4,6 %, но находится на низком уровне. Следовательно, эффективность использования имущества и собственных источников его финансирования в последний год снижается.

Изменение показателей рентабельности представлено на рисунке 2.12.

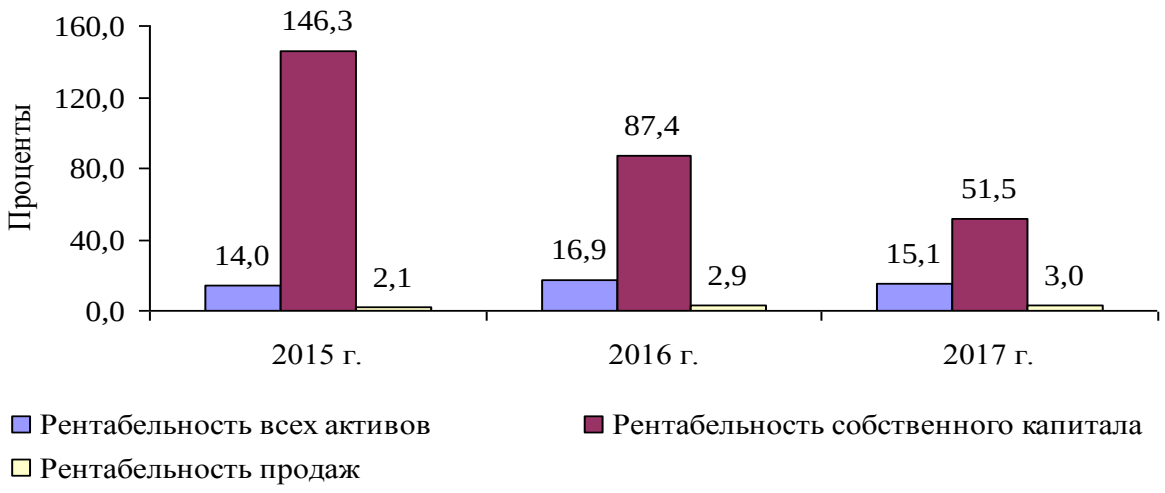


Рисунок 2.12 – Динамика основных показателей рентабельности, проценты

Таким образом, можно сделать выводы о том, что предприятие развивающееся, ликвидное и платежеспособное. Кроме того оно финансово устойчивое и эта устойчивость растет. Однако наблюдается снижение эффективности использования имущества и собственных источников его финансирования снижается.

## 2.3 Оценка коммерческой деятельности предприятия

Оценка коммерческой деятельности предполагает на первом этапе проведение анализа эффективности использования основных фондов предприятия. Показатели рассчитаны по формулам (Б.23), (Б.24) и (Б.25) (таблица 2.13).

Таблица 2.13 – Анализ показателей эффективности использования основных фондов ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Фондоотдача, руб. / руб. | 108,0 | 57,3 | -50,7 | -47,0 | 40,0 | -17,3 | -30,2 | -68,0 | -63,0 |
| Фондорентабельность, проценты | 10799 | 5728 | -5071 | -47,0 | 3998 | -1730 | -30,2 | -6801 | -63,0 |
| Фондовооруженность, тыс. руб. | 26,0 | 75,3 | 49,2 | 189,2 | 133,3 | 58,0 | 77,1 | 107,3 | 412,2 |

Как видно из таблицы 2.13 в целом на 63 % снизилась фондоотдача в 2017 году по сравнению с 2015 годом так же как и фондорентабельность.

В 2017 году стоимость основных фондов выросла по сравнению с 2015 годом и, следовательно, фондовооруженность выросла.

Динамика показателей таблицы 2.13 представлена на рисунке 2.13.

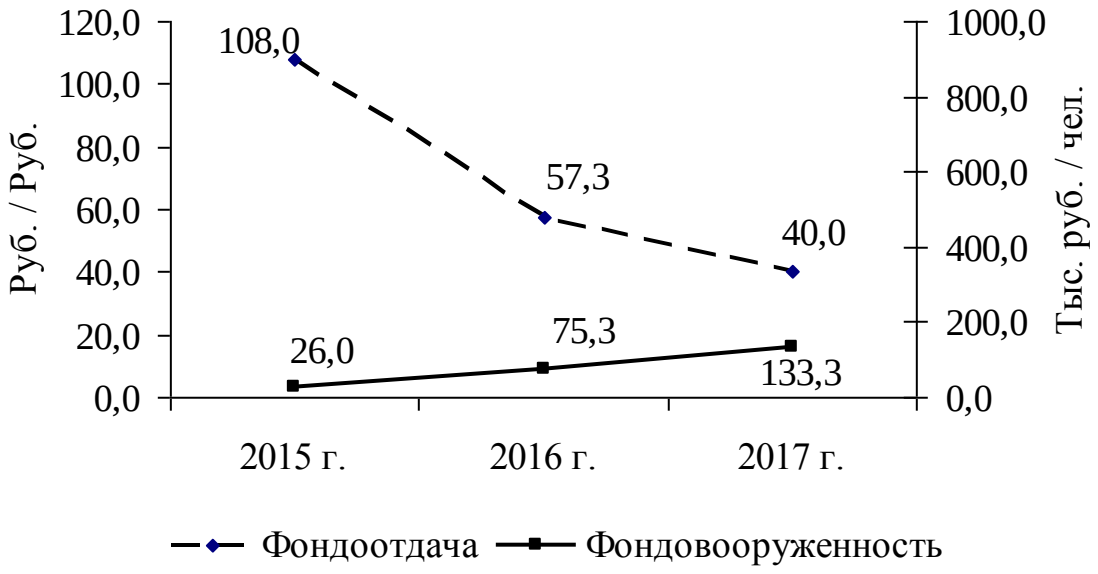


Рисунок 2.13 – Динамика фондоотдачи и фондовооруженности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Таким образом, на предприятии основные фонды в 2017 году использовались менее эффективно, чем в 2015 году на 17,2 процента.

На втором этапе оценки коммерческой деятельности предполагает проведение анализа эффективности использования оборотных активов предприятия. Показатели рассчитаны по формулам (Б.26), (Б.27), (Б.28), (Б.29), (Б.30) и (Б.31) (таблица 2.14).

Таблица 2.14 – Основные показатели эффективности использования оборотного имущества ООО ПФ «Алюминиевые конструкции», дни

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Оборачиваемость активов | 40,6 | 61,8 | 21,2 | 52,1 | 78,8 | 17,0 | 27,6 | 38,2 | 94,0 |
| Оборачиваемость оборотных активов | 38,1 | 55,5 | 17,4 | 45,8 | 69,0 | 13,5 | 24,3 | 30,9 | 81,2 |
| Оборачиваемость собственного капитала | 3,9 | 11,9 | 8,1 | 207,7 | 23,1 | 11,2 | 93,6 | 19,2 | 495,5 |
| Средний возраст запасов | 20,7 | 23,9 | 3,2 | 15,2 | 20,6 | -3,3 | -13,9 | -0,2 | -0,8 |
| Средний возраст дебиторской задолженности | 8,5 | 18,5 | 10,0 | 117,3 | 28,5 | 9,9 | 53,7 | 19,9 | 234,1 |
| Средний возраст кредиторской задолженности | 17,5 | 26,5 | 8,9 | 51,1 | 30,1 | 3,6 | 13,6 | 12,6 | 71,6 |

Изменение оборачиваемости оборотных активов, дебиторской и кредиторской задолженностей представлено на рисунке 2.14.

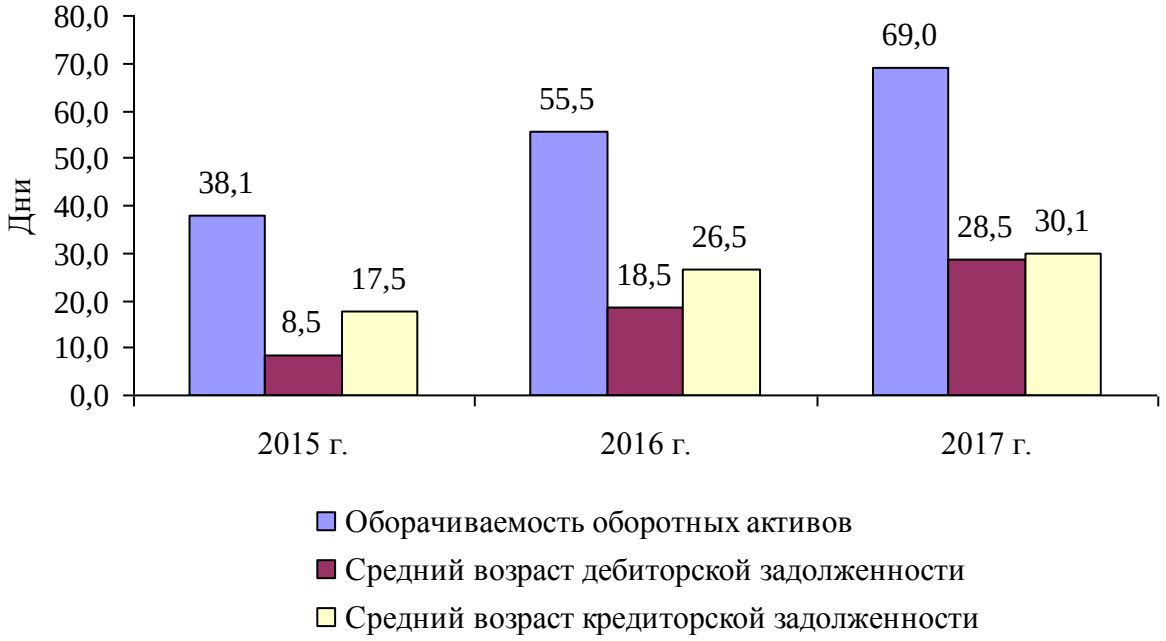


Рисунок 2.14 – Динамика показателей оборачиваемости ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Как показывают расчеты, результаты которых представлены в таблице 2.14 эффективность использования имущества предприятия снижается. Такое положение связано с тем, что в анализируемом периоде 2015-2017 гг. темпы роста выручки ниже по отношению к темпам роста имущества в целом и его составляющих по отдельности. Так происходит замедление оборачиваемости с 40,6 дней до 78,8 дней. Оборотные активы замедлили свое обращение с 38 до 69 дней, а дебиторская задолженность с 8,5 до 28,5 дней. Тем не менее в анализируемом периоде предприятие с успехом пользовалось бесплатным коммерческим кредитом, о чет говорит превышение времени обращения кредиторской задолженности над временем обращения дебиторской задолженности. Это положительный момент в деятельности предприятия в этот пери од. Однако на конец 2017 года это преимущество было практически утрачено.

Таким образом, наблюдается снижение эффективности использования имущества.

Третьим этапом оценки коммерческой деятельности является проведение анализа эффективности использования трудовых ресурсов предприятия. Показатели рассчитаны по формулам (Б.32), (Б.33) и (Б.34) (таблица 2.15).

Таблица 2.15 – Анализ показателей эффективности использования трудовых ресурсов ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Производительность труда, тыс. руб. / чел. | 2810,5 | 4311,2 | 1500,785 | 53,4 | 5329,1 | 1017,8 | 23,6 | 2518,6 | 89,6 |
| Затратоотдача, руб. | 1,410 | 1,310 | -0,100 | -7,1 | 1,326 | 0,016 | 1,2 | -0,084 | -6,0 |
| Рентабельность текущих затрат, % | 2,9 | 3,8 | 0,896 | 30,9 | 4,0 | 0,224 | 5,9 | 1,120 | 38,7 |

Как видно из данных таблицы 2.15 производительность труда выросла на 89,6 % и достигла значения 5 329,1 тыс. руб. в расчете на одного человека.

Отдача затрат снизилась на 6 %, то есть себестоимость растет несколько менее высокими темпами чем выручка.

Рентабельность текущих затрат выросла на 38,7 %, так как прирост прибыли превысил прирост себестоимости.

Рассчитанные по формулам (Б.35), (Б.36), (Б.37) и (Б.38) показатели эффективности использования ресурсов предприятия представлены в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Анализ показателей эффективности коммерческой деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | Изменение 2016 г. к 2015 г. | | 2017 г. | Изменение 2017 г. к 2016 г. | | Изменение 2017 г. к 2015 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Эффективность использования потенциала | 4,419 | 4,406 | -0,013 | -0,3 | 4,025 | -0,381 | -8,6 | -0,394 | -8,9 |
| Эффективность использования финансов | 1,286 | 1,044 | -0,242 | -18,8 | 0,990 | -0,054 | -5,2 | -0,295 | -23,0 |
| Эффективность трудовой деятельности | 12,6 | 18,1 | 5,454 | 43,1 | 21,0 | 2,895 | 16,0 | 8,349 | 66,1 |
| Интегральный показатель коммерческой эффективности | 4,156 | 4,366 | 0,210 | 5,0 | 4,373 | 0,007 | 0,2 | 0,217 | 5,2 |

На рисунке 2.15 графически представлено изменение обобщающих показателей.

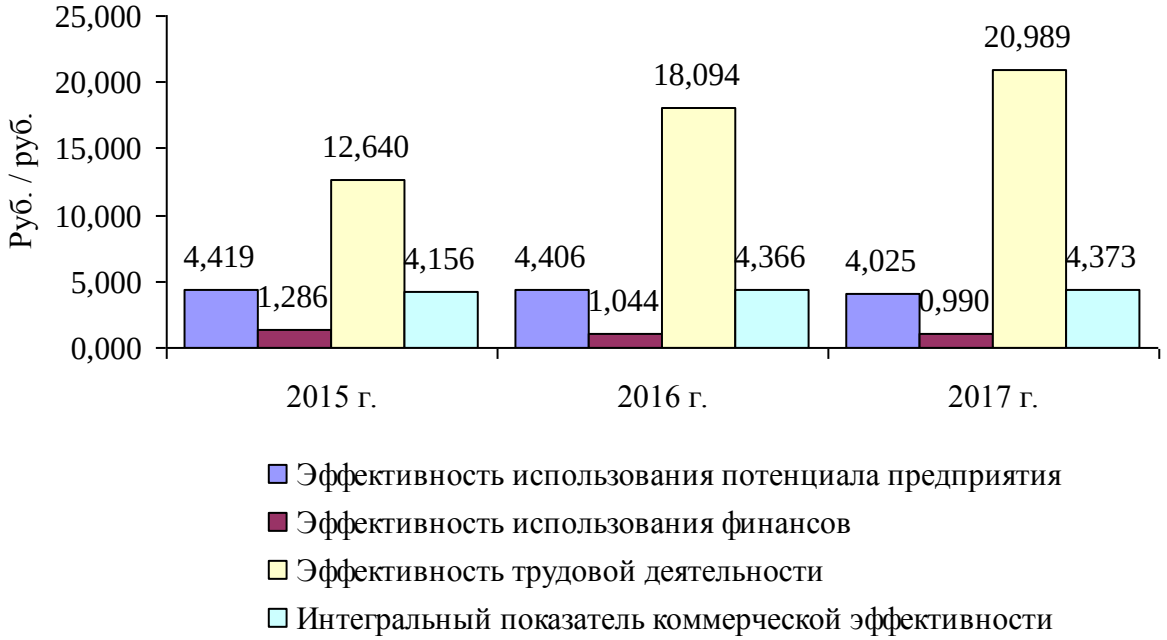


Рисунок 2.15 – Динамика обобщающих показателей коммерческой деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Из данных таблицы 2.16 и рисунка 2.15 видно, что эффективность коммерческой деятельности предприятия повысилась на 5,2 % вследствие значительного роста эффективности труда. Вместе с тем наблюдается снижение эффективность использования потенциала компании и его финансов.

В таблице 2.17 представлены показатели, необходимые для расчета показателя темпа интенсивности развития торгового предприятия.

Таблица 2.17 – Показатели интенсивности развития ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | Темп роста, % | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2016 г. к 2015 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2017 г. к 2015 г. |
| Производительность труда, тыс. руб. / чел. | 2810,5 | 4311,2 | 5329,1 | 153,4 | 123,6 | 189,6 |
| Оборачиваемость оборотных средств, дн | 38,1 | 55,5 | 69,0 | 145,8 | 124,3 | 181,2 |
| Фондоотдача, руб. / руб. | 108,0 | 57,3 | 40,0 | 53,0 | 69,8 | 37,0 |
| Фонд заработной платы тыс. руб. | 4447,0 | 4050,6 | 3808,4 | 91,1 | 94,0 | 85,6 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 7753,5 | 11304,5 | 14052,5 | 145,8 | 124,3 | 181,2 |
| Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб. | 520,5 | 1279,5 | 1999,5 | 245,8 | 156,3 | 384,1 |

На основе данных таблицы 2.17 и формулы (Б.39) рассчитан показатель темпа интенсивности развития предприятия (таблица 2.18).

Таблица 2.18 – Анализ показателя темпа интенсивности развития предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2016/2015 | 2017/2016 | Изменение | | 2017/2015 | Изменение | | Изменение | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Темп интенсивности развития | 36,3 | 58,7 | 22,4 | 61,6 | 21,3 | -37,4 | -63,7 | -15,0 | -41,3 |

Из данных, представленных в таблице 2.18 видно, что в период с 2015-2016 гг. темп интенсивности развития предприятия существенно вырос (+61,6 %). Однако уже в следующем периоде 2017-2016 гг. этот показатель снизился на 63,7 %, что в

целом за период 2015-2017гг. темп интенсивности развития предприятия снизился на 41,3 %.

Таким образом, эффективность использования ресурсов предприятия в целом выросла только на 5,2 %, даже не смотря на то, что в рассматриваемом периоде выросла эффективность труда персонала компании на 66,1 %. На это повлияло снижение эффективности использования финансов и потенциала компании.

## Выводы по главе 2

ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» действует с 18 апреля 2007 г.

Деятельность ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» связана с алюминиевыми и другими аналогичными конструкциями (пластиковыми окнами), и состоит из следующих направлений:

– изготовление и продажа алюминиевых конструкций стандартных размеров для неопределенного круга лиц;

– изготовление и продажа алюминиевых конструкций по размерам и требованиям заказчика;

– перепродажа пластиковых окон стандартных размеров, приобретенных у изготовителей.

В качестве покупателей выступают физические лица (население) и организации.

Среднесписочная численность персонала компании по состоянию на 31 декабря 2017 года составляет 15 человек.

Производственной базой компании ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» является современное зарубежное оборудование.

В работе используется следующие системы профилей, такие как: «Татпроф» (Набережные Челны), «Schueco» (Германия), «Alutech» (Беларусь).

Одним из крупнейших заказчиков продукции ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» является АО «Уральский автомобильный завод» г. Миасс.

Проведенный анализ имущества компании и источников его финансирования показал, что наблюдается рост валюты баланса, а при росте итога баланса достигается рост имущественного потенциала предприятия, обеспечивающий потенциальное увеличение его финансовых результатов, следовательно, увеличение итога баланса это можно рассматривать как показатель эффективности деятельности.

Доминирующая часть имущественного комплекса предприятия сформирована за счет оборотных активов 2015 г. – 94,4 %; 2016 г. – 86,9 %; а в 2017 г. – 88,2 %.

В структуре капитала преобладают краткосрочные обязательства, доля которых в 2015 г. составляла 58,6 , в 2016 г. – 54,0 % , в 2017 г. – 46,7 %. В целом можно утверждать, что предприятие для финансирования своей деятельности использует как собственный капитал, так и заемные средства, что характеризует его зависимость от кредиторов.

Анализ коэффициентов ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия показал, что предприятие достаточно ликвидное, платежеспособное и финансово устойчиво т.к. большинство коэффициентов входят в диапазоны своих допустимых значений, однако динамика некоторых их отрицательна, что может говорить о небольшом ухудшении финансовой устойчивости предприятия.

Наблюдается снижение эффективности использования имущества и собственных источников его финансирования снижается.

В целом эффективность коммерческой деятельности предприятия повысилась на 5,2 % вследствие значительного роста эффективности труда. Вместе с тем наблюдается снижение эффективности использования потенциала компании и его финансов.

Таким образом, эффективность использования ресурсов предприятия в целом выросла только на 5,2 %, даже не смотря на то, что в рассматриваемом периоде выросла эффективность труда персонала компании на 66,1 %. На это повлияло снижение эффективности использования финансов и потенциала компании.

Несмотря на рост эффективности использования ресурсов предприятия в целом, наблюдается снижение эффективности использования имущества и собственных источников его финансирования. Поэтому следует выделить две основные проблемы коммерческой деятельности исследуемого предприятия:

во-первых, снижение эффективности использования основных производственных фондов за рассматриваемый период 2015-2017 года на 63%;

во-вторых, снижение рентабельности собственного капитала на 64,8%.

Решение данных проблем представляется возможным несколькими путями:

в части закупа ТМЦ:

– применение инновационных методов исследования рынка сырья и материалов, а также коммуникационных каналов с поставщиками;

– применение информационных систем обеспечения планирования и контроля закупок ТМЦ согласно ассортиментной политике;

– применение альтернативных видов обеспечения своевременности поставок;

– внедрение автоматизированных систем учета расчетов с поставщиками.

в части сбыта продукции:

– разработку ассортиментной политики предприятия

– разработку информационно-рекламной компании с элементами обратной связи;

– организация сервисного обслуживания;

– оптимизация логистических процессов;

– применение инновационных способов ведения торговой деятельности.

Данные направления имеют как прямое, так и косвенное воздействие на имущество предприятия и его финансы, что и требуется для решения выявленных проблем коммерческой деятельности исследуемого предприятия.

# 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПФ «АЛЮМИНИЕВЫЕ КОНСТРУКЦИИ»

## 3.1 Мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности

По итогам проведенного анализа основных финансовых показателей выявлено существенное снижение эффективности использования основных производственных фондов. Основной причиной такого положения является опережающий темп роста основных производственных фондов над темпами роста выручки, то есть запланированное обновление основных производственных фондов не совпало с рыночным спросом на продукцию предприятия.

Следует отметить, что рост эффективности использования основных производственных фондов прослеживается, прежде всего, в увеличении объема производства за определенное рабочее время, так как рост производства продукции, обеспечивает уменьшение амортизационных отчислений на их использование на единицу производимой продукции. Это один из основных факторов снижения издержек производства на единицу производимой продукции и их потребительской стоимости [16].

Однако рост производства продукции в условиях рыночной экономики напрямую зависит от спроса на эту продукцию. Поэтому перед руководством предприятия встает дилемма: либо увеличивать объемы продаж (производство тоже будет наращивать объемы), либо приводить производственные мощности в соответствие с рыночным спросом, или возможностями предприятия реализации своей продукции.

В условиях, когда рост объемов продаж затруднителен, наиболее целесообразным для предприятия является перевод неиспользуемого оборудования на консервацию. Однако через три месяца, согласно (п. 3 ст. 256 и п. 2 ст. 322 НК РФ) начисление амортизации прекращается. Кроме того, затраты, связанные с консервацией и расконсервацией производственных мощностей и

объектов, в том числе затраты на содержание таких активов, учитываются в составе внереализационных расходов (п. 1 ст. 264 НК РФ).

Следовательно, предприятие, держа оборудование на консервации, повышает уровень расходов, тем самым снижая свою прибыль. Поэтому с целью повышения эффективности использования основного имущества, предприятию следует реализовать неиспользуемое для получения дохода основное имущество.

Мероприятие № 1. Реализация неиспользуемого имущества.

Неиспользуемое имущество – это основные средства предприятия (оборудование, здания, сооружения) выведенные из процесса производства вследствие отсутствия спроса (сбыта) на товары (работы, услуги), для производства которых они используются.

На предприятии ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» последняя проведенная инвентаризация с целью выявления непрофильных активов была проведена 29.12.2017 года. Бухгалтерией было выявлено две единицы основных средств, которые не используются с целью получения дохода предприятием. Это гаражный бокс в кооперативе «Урал», расположенного по Динамовскому шоссе в г. Миасс Челябинской области и автомобиль Газ – 3302 2012 года выпуска с пробегом более 250 тысяч, который с приобретением в 2016 году нового грузового автомобиля был оставлен для возможной замены основного автомобиля в случае его поломки. Однако за весь срок он ни разу не был использован в производственных целях.

Мероприятие 2. С целью повышения уровня продаж и повышения рентабельности предприятию ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» рекомендуется организовать Интернет-магазин по продаже пластиковых окон. Данное предложение актуально, так как у предприятия вообще нет своего веб – сайта. Рост рентабельности в этом случае возможен из-за снижения уровня издержек обращения, так как это снижение является существенным резервом экономии средств на предприятии и достигается за счет совершенствования

организации торговли, повышения производительности труда торговых работников и расширения новых, наиболее прогрессивных форм торговли.

Одними из наиболее заметных в общем объеме издержек обращения ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» являются транспортные расходы (около 20 %). Их размер во многом зависит от месторасположения поставщиков и покупателей относительно самого предприятия.

С целью снижения уровня транспортных и складских расходов предприятию ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» рекомендуется заключить поставщиками пластиковых изделий договора для работы по системе «dropshipping» (прямые поставки).

Dropshipping – это вид предпринимательской деятельности, который заключается в реализации товаров предприятия – поставщика посредником (дропшиппером). Схема работы по системе «dropshipping» (прямые поставки) представлена на рисунке 3.1.

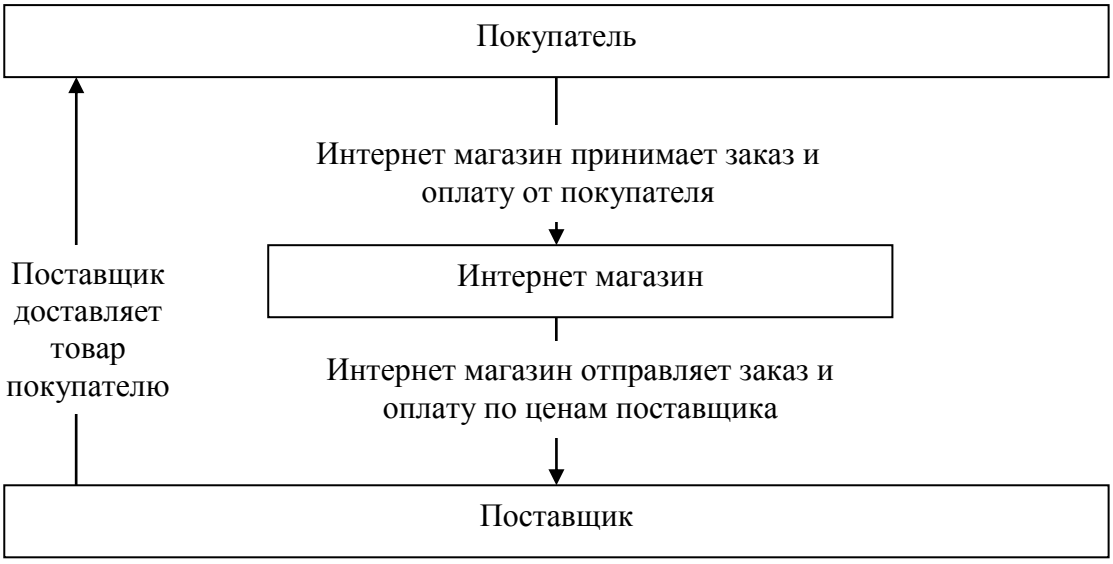


Рисунок 3.1 – Схема работы в системе «dropshipping»

Особенностью этой схемы работы, является то, предприятие–поставщик отправляет товар по адресу, который сообщает дропшиппер, в данном случае Интернет–магазин ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

Для своей деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» не нужно затрачивать средства на логистику, поэтому работа с помощью сервиса прямых поставок эффективнее любого другого вида торговли. Кроме того, такой подход также позволяет экономить значительное количество времени. Преимущества и недостатки дропшиппинга представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Преимущества и недостатки дропшиппинга

| Преимущества | Недостатки |
|---|---|
| Отсутствие необходимости в солидном стартовом капитале | Не всегда понятно качество товара |
| Не нужен склад для хранения товаров | Высокий уровень рыночной конкуренции |
| Клиент не знает, что товар получен из рук производителя | |
| Возможность установить выгодную наценку | |
| Минимальные риски | |

Следовательно, основными выгодами и преимуществами, получаемых предприятием при использовании Интернет–магазина будут: информирование покупателей, экономия на издержках обращения, повышение имиджа компании, изучение покупательских предпочтений.

При разработке Интернет–магазина необходимо обратиться к специалистам. При этом процесс создания Интернет–магазина состоит из ряда последовательных этапов, представленных на рисунке 3.2.

Рисунок 3.2 – Этапы создания Интернет-магазина

При создании Интернет магазина следует выделить следующие особенности:

– при регистрация доменное имя должно каким-либо образом ассоциироваться с названием предприятия;

– при регистрации хостинга выбор тарифного плана должен соответствовать требованиям в тех или иных функциях вновь создаваемого сайта Интернет – магазина;

– создание сайта Интернет–магазина требует наличие в штате высококвалифицированных специалистов, поэтому в случае отсутствия таковых рекомендуется приобретение готового решения;

– наполнение качественной информацией Интернет–магазина одна из главных задач, выполнение которой положительно сказывается на его посещаемости;

– раскрутка Интернет–магазина всецело зависит от грамотного выполнения работ по созданию сайта (SEO оптимизация информации).

Следует выделить три основных компонента успешного Интернет–магазина:

1) Очень важна визуальная форма Интернет–магазина. Первая страница любого сайта – это фактически лицо фирмы. Поэтому, вся информация должна быть краткой и конкретной.

2) Удобная система оплаты, в том числе и через Интернет – пространство.

3) Должен быть предусмотрен поиск товаров по названию, либо части названия, сортировка товаров по цене или по алфавиту. Загрузка страницы с информацией о товаре должна происходить как можно быстрее, для этого нужно отказаться от громоздких фотографий товара, а описание товара сделать как можно более лаконичным и конкретным.

4) Обязательно должен быть мобильный вариант (для смартфонов и планшетов) Интернет–магазина.

С целью роста рентабельности коммерческой деятельности предприятия следует в первую очередь рассматривать снижение расходов для увеличения чистой прибыли.

Основным методом в данном случае является пересмотр статей расходов, так как именно анализ расходов позволяет выяснить, какая статья в первую очередь требует пересмотра. Так как основные понесенные предприятием затраты – это себестоимость продукции (услуг), то прежде всего именно эта статья первым делом является объектом внимания. Однако, себестоимость продукции (услуг) складывается, прежде всего, из расходов, понесенных предприятием связанных с внешним воздействием. Влиять на такие факторы предприятию затруднительно: цены на сырье, материалы и комплектующие, налоговая политика государства, регулирование государством минимального размера на оплату труда и т.п.

Тем не менее, себестоимость товаров будет состоять из следующих элементов, которые, в зависимости от специфики конкретного предприятия могут изменяться:

1) переменные затраты:

– покупная стоимость товаров в себестоимости продукции – стоимость, по которой товар поступает от поставщиков, оптовиков, производителей для дальнейшей розничной продажи;

– расходы, связанные с доставкой, в себестоимости продукции;

– заработная плата переменная в себестоимости продукции – проценты от продаж, заключенных договоров, которые получают продавцы в зависимости от эффективности своей работы, оплата труда производственных рабочих;

2) постоянные затраты:

– аренда торговой точки в себестоимости продукции;

– амортизация основных средств в себестоимости продукции;

– заработная плата постоянная в себестоимости продукции – зарплата руководства, бухгалтерии, постоянные оклады продавцов и менеджеров по продажам, обслуживающего персонала;

– отчисления в социальные фонды с заработной платы в себестоимости продукции – взносы в ПФР, в ФСС, в ФОМС и т.д.;

– налоги в себестоимости продукции;

– услуги сторонних организаций в себестоимости продукции – транспортные услуги, связь;

– прочие расходы в себестоимости продукции.

Сумма переменных затрат изменяется в зависимости от объемов торговли и зависимость прямая, то есть чем больше объемы продаж, тем больше затраты на закупку товаров. Остальные относятся к постоянным, то есть они не изменяются в зависимости от объемов продаж.

Структура себестоимости предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» за анализируемый период изменилась в части роста стоимости реализуемых товаров из-за повышения цен в результате сложившейся экономической ситуации в Российской Федерации. Это внешний по отношению к предприятию фактор, на который предприятие никак повлиять не может. Такое положение касается и коммерческих расходов, так как в условиях наблюдаемых экономических явлений в РФ затраты на продвижение товаров увеличились. Поэтому на наш взгляд наиболее подходящей статьей к пересмотру в рамках данной работы являются управленческие расходы.

Мероприятие № 3. Снижение постоянной части расходов.

Следует особо отметить зависимость прибыли от выручки. Так при уменьшении выручки, прибыль уменьшается большими темпами, чем выручка. И чем выше уровень постоянных расходов, тем сильнее проявляется такой эффект. Поэтому от уровня постоянных расходов зависит рыночная устойчивость предприятия, которую можно описать следующим: чтобы предприятие имело возможность существовать, объем выручки должен быть таким, чтобы валовая прибыль от продаж смогла покрыть сумму постоянных расходов предприятия. В противном случае предприятие ждет банкротство.

К постоянным расходам, относятся управленческие расходы, в состав которых входят:

– содержание административно-управленческого аппарата;

– содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом;

– амортизационные отчисления и расходы на ремонт основных средств управленческого и общехозяйственного назначения;

– арендная плата за помещения общехозяйственного назначения;

– оплата информационных, аудиторских, консультационных услуг и т.д.

Именно представленный список подлежит пересмотру в сторону снижения, а пересмотр конкретных статей зависит от их динамики и возможности их снижения.

В таблице 3.2 представлен список рекомендуемых мероприятий с краткой их характеристикой.

Таблица 3.2 – Характеристика рекомендуемых мероприятий

| Мероприятие | Характеристика | Влияние на результаты коммерческой деятельности | |
|---|---|---|---|
| 1 Реализация неиспользуемого имущества | Продажа основных средств предприятия не участвующих в получении дохода | Прямое | Прирост чистой прибыли |
| 2 Организация Интернет-торговли по системе «dropshipping» | Создание Интернет-магазина по продаже населению пластиковых окон и аксессуаров к ним | Прямое | Прирост выручки, прибыли, фондоотдачи |
| 3 Снижение расходов | Пересмотр статей постоянной части расходов | Прямое | Прирост прибыли |

Следует отметить, что все рекомендуемые мероприятия имеют как прямое, так и косвенное положительно влияние на показатели коммерческой деятельности, в частности фондоотдачу, рентабельность и т. д.

Таким образом, разработаны мероприятия по организации и совершенствованию коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» компании. Далее представлена оценка эффективности предложенных мероприятий.

## 3.2 Экономическая оценка предложенных мероприятий

В представленном в Приложении В протокол № 45 от 29.12.2017 г. указаны два наименования основных средств принадлежащих к списку из реестра непрофильных активов. Предлагается к реализации основные средства с инвентарными номерами А00015, балансовой стоимостью 138 526 руб. и С000046, балансовой стоимостью 285 632 руб. по их остаточной стоимости.

Таким образом, сумма вырученных средств составит 424 158 руб. Так как предполагается реализация по остаточной стоимости, то данные финансовые операции налогами не облагаются. Поэтому осуществление данного мероприятия приведет к приросту чистой прибыли на 424 158 руб.

Для оценки экономической эффективности второго рекомендуемого мероприятия была произведена оценка суммы инвестиций необходимой для организации Интернет-магазина.

1 Регистрация доменных имен Интернет-магазина. Ориентировочная цена регистрации доменных имен стоит 1000 руб. в год для доменного имени в зоне «ru» и 1000 руб. в кириллической зоне «рф».

2 Приобретение дополнительного компьютерного оборудования для администратора Интернет-магазина. Стоимость компьютерной техники для комфортной работы с запасом вычислительной мощности составляет 53 800 руб. (системный блок 35 000 руб.; монитор – 6 000 руб.; клавиатура – 1000 руб., мышь компьютерная – 800 руб., принтер – 8 500 руб., сетевое оборудование – 2 500 руб.).

3 Приобретение программного обеспечения компьютера. Стоимость программного обеспечения для реализации проекта составляет 28 000 руб. (операционная система, пакет офисных приложений и специализированный пакет для создания и управления сайтами в сети Интернет).

4 Разработка сайта Интернет-магазина (60000 руб.).

Инвестиционные расходы на реализацию проекта «Интернет-магазин» представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Инвестиции ООО ПФ «Алюминиевые конструкции», руб.

| Наименование | Сумма |
|---|---|
| Регистрация доменных имен в зонах Интернета «ru» и «рф» | 2000 |
| Компьютерная техника | 53800 |
| Программное обеспечение | 28000 |
| Разработка Интернет–магазина | 60000 |
| Итого | 143800 |

Расчет текущих расходов на реализацию проекта по организации Интернет–магазина ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

1. Интернет–хостинг. В настоящее время ориентировочная стоимость простого тарифного плана хостинга составляет 1200 руб. в месяц.

2. Телефонная связь. Телефонная связь одной абонентской точки с учетом междугородней связи ОАО «Ростелеком» для предприятия составляет 800 руб. в месяц.

3. Интернет-доступ. Безлимитный Интернет–доступ от ОАО «Ростелеком» для коммерческих предприятий составляет 1200 руб. в месяц.

4. Персонал. Для успешной работы Интернет–магазина необходим квалифицированный специалист–администратор сайта. На оплату его работ ежемесячно предприятие может выделить сумму, равную среднемесячной зарплате работников предприятия (28 000 руб.). При этом отчисления в социальные фонды составят: Пенсионный фонд – 22 %, Фонд социального страхования – 2,9 %, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 5,1 %.

Отчисления в социальные фонды = 22 000 × 30 / 100 = 6 600 руб.

Таким образом, расходы предприятия на работу администратора сайта составят 22 000 + 6 600 = 28 600 руб. ежемесячно.

5. Реклама в сети Интернет. Для того чтобы Интернет–магазин приносил доход, необходимо его рекламировать в сети Интернет. Минимальная эффективная сумма, направляемая на рекламу, в настоящее время составляет 12000 руб. в месяц.

Ежемесячные управленческие расходы представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Ежемесячные управленческие расходы на реализацию проекта ООО ПФ «Алюминиевые конструкции», руб.

| Наименование | Сумма |
|---|---|
| Хостинг | 1200 |
| Телефонная связь | 800 |
| Безлимитный Интернет-доступ | 1200 |
| Оплата труда дополнительной штатной единицы (администратор сайта) | 22000 |
| Отчисления в социальные фонды (30%) | 6600 |
| Реклама в сети Интернет (продвижение Интернет–магазина) | 12000 |
| Итого | 43800 |

Следует отметить, что при увеличении товарооборота за счет Интернет–магазина издержки обращения увеличатся только в части обслуживания самого Интернет-магазина, и пропорционально товарообороту вырастет себестоимость проданного через этот магазин товара.

Расчет чистого денежного потока от реализации проекта организации Интернет–магазина с учетом постепенного выхода на запланированный объем продаж 100 изделий в месяц: 1 месяц – 10 шт.; 2 месяц – 20 шт.; 3 месяц – 40 шт.; 4 месяц – 80 шт.; 5 месяц – 100 шт.

Отпускная средняя цена одного изделия – 8500 руб. при торговой наценке 32,6 %. Начало реализации проекта 20.06.2018 г.

Расчет чистого денежного потока представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Денежные потоки от реализации проекта организации Интернет-магазина ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» в 2018 г., тыс. руб.

| Показатель | Период (месяц) | | | | | | | Итого |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Инвестиции | 143,8 | | | | | | | 143,8 |
| Выручка | | 85,0 | 170,0 | 340,0 | 680,0 | 850,0 | 850,0 | 2 975,0 |
| Себестоимость | | 64,1 | 128,2 | 256,4 | 512,7 | 640,9 | 640,9 | 2 243,2 |
| Управленческие расходы | | 43,8 | 43,8 | 43,8 | 43,8 | 43,8 | 43,8 | 262,8 |
| Коммерческие расходы | | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Прибыль до налогообложения | | -22,9 | -2,0 | 39,8 | 123,5 | 165,3 | 165,3 | 469,0 |
| Налог на прибыль | | 0,0 | -0,4 | 8,0 | 24,7 | 33,1 | 33,1 | 98,4 |
| Чистая прибыль | | -22,9 | -1,6 | 31,9 | 98,8 | 132,2 | 132,2 | 370,7 |

Окончание таблицы 8

| Показатель | Период (месяц) | | | | | | | Итого |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Чистый денежный поток | -143,8 | -22,9 | -1,6 | 31,9 | 98,8 | 132,2 | 132,2 | 226,9 |
| Чистый денежный поток накопленным итогом | -143,8 | -166,7 | -168,3 | -136,4 | -37,6 | 94,6 | 226,9 | - |

Период окупаемости проекта составит:

$T_{ОК}$ = 4 - (-37,6) / (94,6 - (-37,6)) = 4,3 месяца.

На рисунке 3.3 представлен чистый денежный поток нарастающим итогом от реализации проекта «Интернет-магазин».

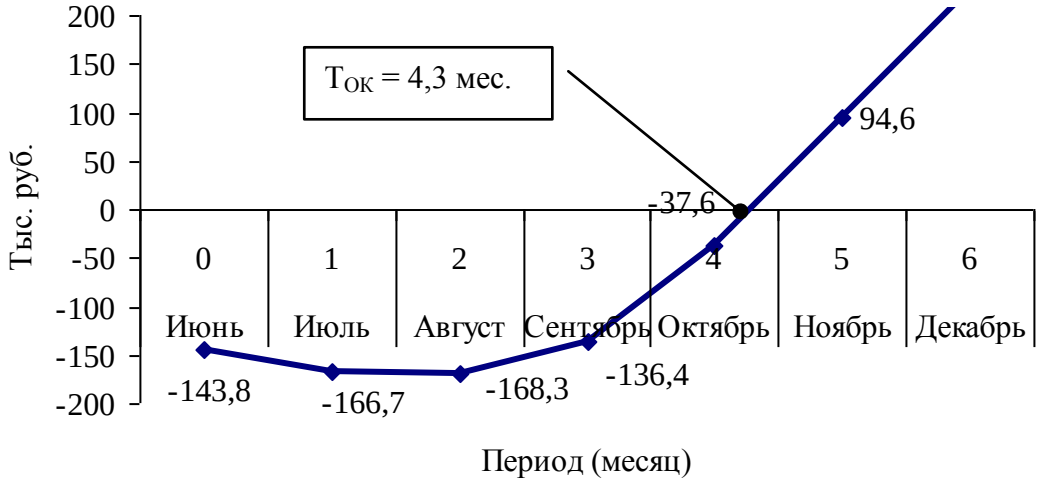


Рисунок 3.3 – Чистый денежный поток нарастающим итогом от реализации проекта «Интернет-магазин»

Чистая прибыль от операционной деятельности на 31.12.2018 г. составит 370,7 тыс. руб.

Таким образом, инвестиции в организацию Интернет-магазина окупятся через 4,3 месяца, то есть проект выгодный с коммерческой точки зрения.

В составе отчетности предприятия отсутствует расшифровка статьи «Управленческие расходы» поэтому в целях настоящей работы использовалась информация регистров документов для внутреннего пользования (таблица 3.6).

Таблица 3.6 – Состав и структура управленческих расходов

| Показатель | 2016 г. | | 2017 г. | | Изменение | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | тыс. руб. | % к итогу | тыс. руб. | % к итогу | тыс. руб. | темп прироста, % |
| Заработная плата административно-управленческого персонала | 1 925 | 59,68 | 1 999 | 53,85 | 74 | 3,8 |
| Содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом | 132 | 4,1 | 119 | 3,2 | -13 | -10,2 |
| Амортизация и расходы на ремонт основных средств управленческого и общехозяйственного назначения | 6 | 0,2 | 7 | 0,2 | 1 | 15,1 |
| Арендная плата за помещения общехозяйственного назначения | 774 | 24 | 842 | 22,7 | 68 | 8,8 |
| Расходы по оплате информационных, аудиторских, консультационных и т.п. услуг | 332 | 10,3 | 687 | 18,5 | 354 | 106,7 |
| Налоги, (налог на имущество, транспортный налог) | 17 | 0,52 | 20 | 0,55 | 4 | 21,7 |
| Прочие расходы | 39 | 1,2 | 37 | 1 | -2 | -4,1 |
| Итого по элементам затрат | 3 225 | 100 | 3 711 | 100 | 486 | 15,1 |

Данные, представленные в таблице 3.6 указывают, что наибольший темп прироста наблюдается расходов по оплате информационных, аудиторских, консультационных и т.п. услуг (плюс 106,7 %) (рисунок 3.4).

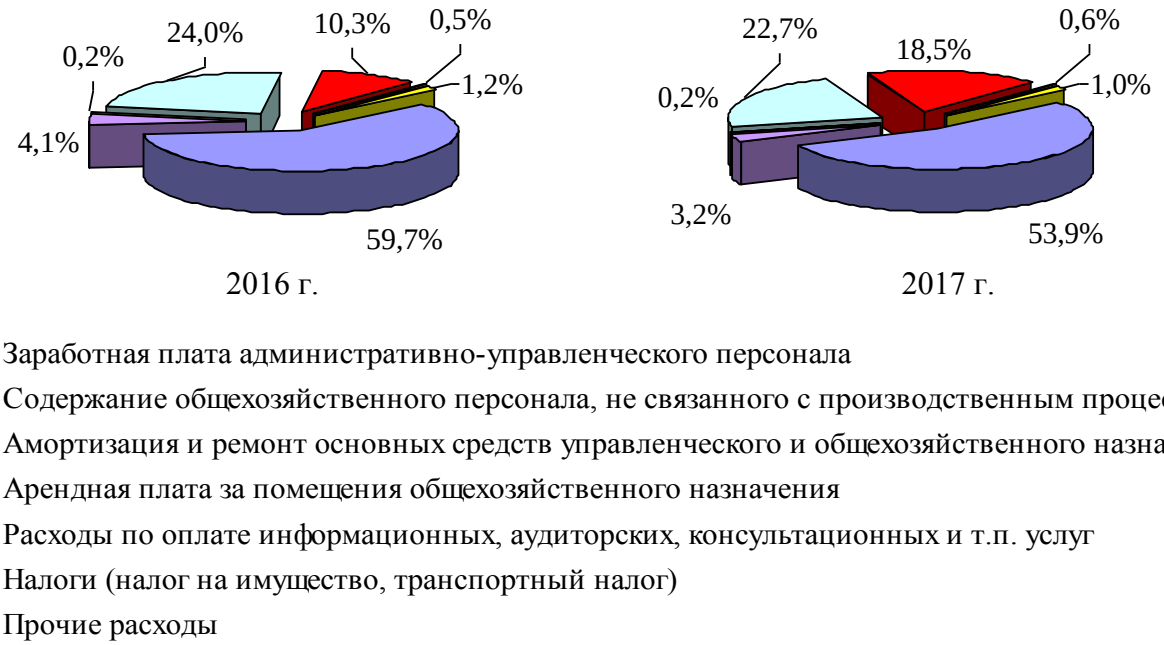


Рисунок 3.4 – Структура управленческих расходов ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Видимых причин повышения расходов по оплате информационных, аудиторских, консультационных и т.п. услуг в 2017 году установлено не было. Поэтому предлагается сократить данный вид расходов до уровня 2016 года путем пересмотра договоров с компаниями, предоставляющими услуги информационного, маркетингового характера, а также аудиторских и консультационных услуг, а также оптимизацию количества такого рода получаемых услуг и информации.

Таким образом, в результате реализации данного мероприятия сокращение управленческих расходов составит 354 тыс. руб. или 283,2 тыс. руб. дополнительной чистой прибыли.

В результате проведение рекомендуемых мероприятий будет получено дополнительно:

Мероприятие № 1.

– от продажи неиспользуемого имущества прочие доходы вырастут на 424,2 тыс. руб.

Мероприятие № 2.

– от реализации проекта Интернет-магазин чистая операционная прибыль вырастет на 370,7 тыс. руб. (инвестиционные расходы не учитываются и отчете о финансовых результатах не отражаются).

Мероприятие № 3.

– сокращение управленческих расходов составит 354 тыс. руб., что приведет к получению дополнительной чистой прибыли в размере 283,2 тыс. руб.

Для расчета показателей эффективности использования основных средств и рентабельности составим прогнозную отчетность ООО ПФ «Алюминиевые конструкции».

В отчете о финансовых результатах произойдут следующие изменения:

1. Прочие доходы вырастут на величину поступлений от продажи основного имущества предприятия 424,2 тыс. руб. Причем эта сумма налогом не облагается.

2. Выручка, себестоимость, управленческие расходы вырастут на величины, соответствующим проекту «Интернет-магазин» 2 975 тыс. руб., 2 243,2 тыс. руб. и 262,8 тыс. руб. соответственно.

3. Управленческие расходы сократятся на величину снижения расходов по оплате информационных, аудиторских, консультационных и т.п. услуг, то есть на 354 тыс. руб.

В результате полученная чистая прибыль будет отражена в бухгалтерском балансе по статье «Нераспределенная прибыль», которая будет сбалансирована ростом статьи актива «Денежные средства и их эквиваленты» и снижением величины статьи «Основные средства». Кроме того, для снижения неоправданного роста оборотных активов в части наиболее ликвидного имущества следует снизить «Денежные средства и их эквиваленты» путем балансировки снижением краткосрочных обязательств в части кредиторской задолженности до уровня валюты баланса 2017 года

План-прогноз Отчета о финансовых результатах представлен в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Отчет о финансовых результатах (план-прогноз), тыс. руб.

| Показатель | | 2017 г. | 2018 г. | Изменение (+;-) |
|---|---|---|---|---|
| Выручка | 2110 | 79 936 | 82 911 | +2 975 |
| Себестоимость продаж | 2120 | 60 272 | 62 515 | +2 243 |
| Валовая прибыль (убыток) | 2100 | 19 664 | 20 396 | +732 |
| Коммерческие расходы | 2210 | 12 711 | 12 711 | 0 |
| Управленческие расходы | 2220 | 3 711 | 3 620 | -92 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 2200 | 3 242 | 4 065 | +823 |
| Прочие доходы и расходы | | | | |
| Доходы от участия в других организациях | 2310 | 0 | 0 | 0 |
| Проценты к получению | 2320 | 0 | 0 | 0 |
| Проценты к уплате | 2330 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие доходы | 2340 | 0 | 424 | +424 |
| Прочие расходы | 2350 | 111 | 111 | 0 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 2300 | 3 131 | 4 379 | +1 248 |
| Текущий налог на прибыль | 2410 | 709 | 874 | +165 |
| Чистая прибыль (убыток) | 2400 | 2 422 | 3 467 | +1 083 |

Как видно из данных таблицы прирост чистой прибыли составил 1 083 тыс. руб. Это и есть экономический эффект от реализации рекомендуемых мероприятий.

На основе План-прогноза Отчета о финансовых результатах составим прогнозный бухгалтерский баланс (таблица 3.8).

Таблица 3.8 – Бухгалтерский баланс (план-прогноз), тыс. руб.

| Наименование | Код | 2017 г. | 2018 г. | Изменение (+;-) |
|---|---|---|---|---|
| I Внеоборотные активы | | | | |
| Нематериальные активы | 1110 | 0 | 0 | 0 |
| Нематериальные поисковые активы | 1130 | 0 | 0 | 0 |
| Основные средства | 1150 | 1 995 | 1 571 | -424 |
| Прочие внеоборотные активы | 1190 | 0 | 0 | 0 |
| Итого внеоборотных активов | 1100 | 1 995 | 1 571 | -424 |
| II Оборотные активы | | | | |
| Запасы | 1210 | 5 598 | 5 598 | 0 |
| Дебиторская задолженность | 1230 | 5 535 | 5 535 | 0 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 1250 | 3 485 | 3 909 | 424 |
| Прочие оборотные активы | 1260 | 236 | 236 | 0 |
| Итого оборотных активов | 1200 | 14 854 | 15 278 | 424 |
| БАЛАНС (актив) | 1600 | 16 849 | 16 849 | 0 |
| III Капитал и резервы | | | | |
| Уставный капитал | 1310 | 10 | 10 | 0 |
| Нераспределенная прибыль | 1370 | 5 903 | 6 986 | 1 083 |
| ИТОГО капитал | 1300 | 5 913 | 6 996 | 1 083 |
| IV Долгосрочные обязательства | | | | |
| Долгосрочные заемные средства | 1410 | 3 062 | 3 062 | 0 |
| Отложенные налоговые обязательства | 1420 | 0 | 0 | 0 |
| Оценочные обязательства | 1430 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие долгосрочные обязательства | 1450 | 0 | 0 | 0 |
| ИТОГО долгосрочных обязательств | 1400 | 3 062 | 3 062 | 0 |
| V Краткосрочные обязательства | | | | |
| Краткосрочные заемные обязательства | 1510 | 2 047 | 2 047 | 0 |
| Краткосрочная кредиторская задолженность | 1520 | 5 827 | 4 744 | -1 083 |
| Доходы будущих периодов | 1530 | 0 | 0 | 0 |
| Оценочные обязательства | 1540 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие краткосрочные обязательства | 1550 | 0 | 0 | 0 |
| ИТОГО краткосрочных обязательств | 1500 | 7 874 | 6 791 | -1 083 |
| БАЛАНС (пассив) | 1700 | 16 849 | 16 849 | 0 |

Для оценки влияния рекомендуемых мероприятий рассчитаны показатели рентабельности финансово-хозяйственной деятельности и эффективности использования основных средств (таблица 3.8).

Таблица 3.9 – Показатели рентабельности финансово-хозяйственной деятельности и эффективности использования основных средств (план-прогноз)

| Показатель | 2017 г. | 2018 г. | Изменение 2018 г. к 2017 г. | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % |
| Рентабельность всех активов, % | 15,1 | 20,8 | 5,7 | 37,9 |
| Рентабельность собственного капитала, % | 51,5 | 54,3 | 2,8 | 5,4 |
| Рентабельность продаж, % | 3,0 | 4,2 | 1,2 | 39,5 |
| Фондоотдача, руб. / руб. | 40,0 | 46,5 | 6,5 | 16,3 |

Из данных, представленных в таблице 3.9 видно, что все показатели улучшаются (рисунок 3.5).

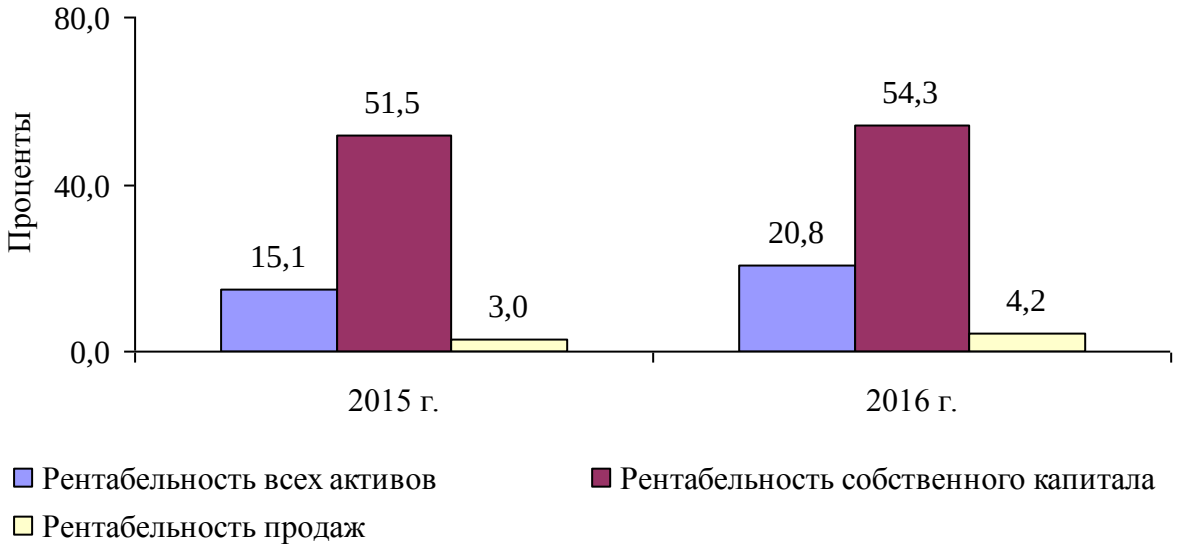


Рисунок 3.5 – Динамика рентабельности финансово-хозяйственной деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

В таблице 3.10 представлены показатели эффективности коммерческой деятельности, полученные в результате моделирования применения рекомендуемых мероприятий.

Таблица 3.10 – Показатели эффективности коммерческой деятельности ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

| Показатель | 2017 г. | 2018 г. | Изменение 2018 г. к 2017 г. | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % |
| Эффективность использования потенциала предприятия | 4,025 | 4,193 | 0,168 | 4,2 |
| Эффективность использования финансов | 0,990 | 1,031 | 0,041 | 4,2 |

Окончание таблицы 3.10

| Показатель | 2017 г. | 2018 г. | Изменение 2018 г. к 2017 г. | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ±Δ | % |
| Эффективность трудовой деятельности | 21,0 | 21,0 | 0,052 | 0,2 |
| Интегральный показатель коммерческой эффективности | 4,373 | 4,498 | 0,124 | 2,8 |

Из данных, представленных в таблице 3.10 видно, что все показатели улучшаются

Таким образом, в результате реализации рекомендуемых мероприятий эффективность коммерческой деятельности возрастает на 2,8 %. При этом предприятие получит экономический эффект в размере 1 083 тыс. руб. чистой прибыли.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Под коммерческой деятельностью следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров и услуг, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли.

Для оценки коммерческой деятельности предприятия в экономической литературе чаще всего описаны методы и представлены модели, связанные с оценкой его деятельности с точки зрения его экономической эффективности. При этом используются показатели, характеризующие и результаты деятельности, и экономический эффект, а их состав а также методика проведения такого вида анализа будет зависеть от целей его проведения.

В процессе анализа изучаются изменения в динамике, составе, структуре финансовой отчетности предприятия. Кроме того, по приведенным формам отчетности сравниваются за ряд периодов изменения средней величины имущества с изменениями финансовых результатов деятельности организации.

Основные направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части закупа ТМЦ:

– применение инновационных методов исследования рынка сырья и материалов, а также коммуникационных каналов с поставщиками;

– применение информационных систем обеспечения планирования и контроля закупок ТМЦ согласно ассортиментной политике;

– применение альтернативных видов обеспечения своевременности поставок;

– внедрение автоматизированных систем учета расчетов с поставщиками.

Основные направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части сбыта продукции:

– разработку ассортиментной политики предприятия

– разработку информационно-рекламной компании с элементами обратной связи;

– организация сервисного обслуживания.

– оптимизация логистических процессов.

– применение инновационных методов продаж.

Представленные основные направления совершенствования коммерческой деятельности производственно-торгового предприятия в части закупа ТМЦ и в части сбыта продукции следует рассматривать и в контексте мирового опыта функционирования оптовых торговых предприятий в странах с развитой рыночной экономикой. Проведенный анализ такого опыта в сравнении с российской действительностью, следует признать, что наблюдается смешение тенденций развития оптовой торговли. С одной стороны на рынке РФ в большом количестве присутствуют оптовые предприятия, которые в процессе своей деятельности укрупняются, что роднит их с моделью ведения коммерческой деятельности в США. Однако, с другой стороны, их функционирование осуществляется по дистрибьютерской схеме, что указывает на заимствование европейского опыта. Тем не менее многие отечественные промышленные предприятия организовывают свои торговые дома, что «роднит» их с Японской моделью ведения коммерческой деятельности.

ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» действует с 18 апреля 2007 г.

– Деятельность ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» связана с алюминиевыми и другими аналогичными конструкциями (пластиковыми окнами).

В качестве покупателей выступают физические лица (население) и организации.

Производственной базой компании ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» является современное зарубежное оборудование.

Одним из крупнейших заказчиков продукции ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» является АО «Уральский автомобильный завод» г. Миасс.

Проведенный анализ имущества компании и источников его финансирования показал, что наблюдается рост валюты баланса, при этом доминирующая часть имущественного комплекса предприятия сформирована за счет оборотных

активов. Предприятие для финансирования своей деятельности использует как собственный капитал, так и заемные средства, что характеризует его зависимость от кредиторов.

Анализ коэффициентов ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия показал, что предприятие достаточно ликвидное, платежеспособное и финансово устойчиво.

Несмотря на рост эффективности использования ресурсов предприятия в целом, наблюдается снижение эффективности использования имущества и собственных источников его финансирования. Поэтому следует выделить две основные проблемы коммерческой деятельности исследуемого предприятия:

во-первых, снижение эффективности использования основных производственных фондов;

во-вторых, снижение рентабельности собственного капитала.

Основной причиной такого положения является опережающий темп роста основных производственных фондов над темпами роста выручки, то есть запланированное обновление основных производственных фондов не совпало с рыночным спросом на продукцию предприятия.

Поэтому с целью повышения эффективности использования основного имущества, предприятию следует реализовать неиспользуемое для получения дохода основное имущество.

С целью повышения уровня продаж и повышения рентабельности предприятию ООО ПФ «Алюминиевые конструкции» рекомендуется организовать Интернет-магазин по продаже пластиковых окон.

Кроме того, предприятию рекомендуется снизить уровень постоянной части расходов.

В результате проведение рекомендуемых мероприятий будет получено дополнительно:

– от продажи неиспользуемого имущества прочие доходы вырастут на 424,2 тыс. руб.

– от реализации проекта Интернет-магазин чистая операционная прибыль вырастет на 370,7 тыс. руб. (инвестиционные расходы не учитываются и отчете о финансовых результатах не отражаются).

– сокращение управленческих расходов составит 354 тыс. руб., что приведет к получению дополнительной чистой прибыли в размере 283,2 тыс. руб.

В целом, в результате реализации рекомендуемых мероприятий эффективность коммерческой деятельности возрастает на 2,8 %. При этом предприятие получит экономический эффект в размере 1 083 тыс. руб. чистой прибыли.

Следовательно, цель выпускной квалификационной работы достигнута, поставленные задачи решены.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акифьева В.А. Определение конкурентоспособности предприятия на основе приведения значений отдельных показателей к единой шкале измерения / В. А. Акифьева, Т.Н. Батова // Фундаментальные исследования (экономические науки). – 2015. – № 5.– С. 351-356.

2. Андреева, Л. В. Коммерческое (торговое) право: учебник / Л. В. Андреева. – М.: КНОРУС, 2012. – 328 с.

3. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. ГЛ. Багиева. – М.: Экономика, 2013. – 565 с.

4. Банк, В. Р. Финансовый анализ : учебное пособие / В. Р. Банк, С. В. Банк, Л. В. Тараскнна. – М. : ТК Велби, Проспект, 2015. – 344 с.

5. Белоусова, Н. А. Специфика коммерческой деятельности на промышленных предприятиях / Н. А. Белоусова, Я. Ю. Радюкова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 10. – С. 33-35.

6. Богданова, Ю. Н. Организация коммерческой деятельности предприятия: учебное пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2014. – 138 с.

7. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р. И. Бунеева. – Ростов н/Д : Феникс, 2015. – 365 с.

8. Вакуленко, Т. Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т. Г. Вакуленко, Л. Ф. Фомина. – СПб. : «Издательский дом Герда», 2013. – 288 с.

9. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность: учебник / С. Н. Виноградова. – Минск: Выш. шк., 2012. – 288 с.

10. Вылгина, Ю. В. Коммерческая деятельность: учебное пособие / Ю. В. Вылгина. – Иваново, ИГЭУ, 2013. – 98 с.

11. Гаврилова, А. Н. Финансы организаций: учебник / А. Н. Гаврилова, А. А. Попов. – М.: КНОРУС, 2015. – 472 с.

12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017) // Российская газета. – № 238-239. – 08.12.1994.

13. Дорощук, Н. Как работают европейские дистрибьюторы? – https://kpd.ua/2016/02/21/kak-rabotayut-evropejskie-distrib-yutory/

14. Егорова, М. А. Коммерческое право: учебник / М. А. Егорова. – М.: «РАНХиГС при Президенте РФ», «Статут», 2013. – 640 с.

15. Елисеева, И. И. Общая теория статистики: учебник / И. И. Елисеева, М. М. Юзбашев. – М: Финансы и статистика, 2012. – 656 с.

16. Ибрагимова, К. С. Повышение эффективности использования основных производственных фондов / К. С. Ибрагимова // Молодой ученый. – 2017. – №1.3. – С. 41-44.

17. Киселева, Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. – М.: Вузовский учебник, 2015. – 192 с.

18. Лапуста, М. Г. Финансы организаций (предприятий): учебник / М. Г Лапуста, Т. Ю. Мазурина, Л. Г. Скамай. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 575 с.

19. Маркетинг: вопросы и ответы / под ред. Н.П. Кетовой. – Ростов н/Д : Феникс, 2017. – 478 с.

20. Моисеева, И. И. Оценка эффективности деятельности отдельных структурных подразделений коммерческой организации // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 12. – С. 90-96.

21. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) // Парламентская газета. – № 151-152. – 10.08.2000.

22. О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 31.12.2017) / Российская газета. – № 14. – 24.01.1996.

23. Об утверждении Положения о подрядных торгах в Российской Федерации: Распоряжение Госкомимущества № 660-р от 13.04.1993 (ред. от 18.10.1994).

24. Плоткин, Б. К. Материальная ценность экономической информации в производственно-коммерческой деятельности предприятия // Проблемы маркетинга. Логистика. – 2014. – № 9. – С. 233-237.

25. Подповетная, Ю.В. Анализ коммерческой деятельности крупных розничных сетей магазинов бытовой техники // Управление в современных системах. – 2014. – №4. – С. 55-59.

26. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.П. Половцева. – М.: «ИНФРА-М», – 248 с.

27. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь/ Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 496 с.

28. Романов, А. Н. Маркетинг / А. Н. Романов. – М. : Банки и биржи, 2012. – 320 с.

29. Торговое дело: экономика и организация : учебник / Под общ. ред. проф. Л. А. Брагина. – М.: ИНФРА–М, 2015. – 256 с.

30. Тютюшкина, Г. С. Основы коммерческой деятельности / Г. С. Тютюшкина. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 112 с.

31. Федорова, М. А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – т. 9 – № 10. – С. 110-114.

32. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / Под ред. А. Н. Соломатина. – СПб.: Питер, 2016. – 560 с.

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Финансовая отчетность ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс по состоянию на 31 декабря 2017 года, тыс. руб.

| Наименование показателя | Код | На 31 декабря отчетного года | На 31 декабря предыдущего года | На 31 декабря года, предшествующего предыдущему |
|---|---|---|---|---|
| АКТИВ | | | | |
| I Внеоборотные активы | | | | |
| Нематериальные активы | 1110 | 0 | 0 | 0 |
| Результаты исследований и разработок | 1120 | 0 | 0 | 0 |
| Нематериальные поисковые активы | 1130 | 0 | 0 | 0 |
| Материальные поисковые активы | 1140 | 0 | 0 | 0 |
| Основные средства | 1150 | 1 995 | 2 004 | 555 |
| Доходные вложения в материальные ценности | 1160 | 0 | 0 | 0 |
| Финансовые вложения | 1170 | 0 | 0 | 0 |
| Отложенные налоговые активы | 1180 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие внеоборотные активы | 1190 | 0 | 0 | 0 |
| Итого внеоборотных активов | 1100 | 1 995 | 2 004 | 555 |
| II Оборотные активы | | | | |
| Запасы | 1210 | 5 598 | 2 771 | 6 950 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | 1220 | 0 | 0 | 0 |
| Дебиторская задолженность | 1230 | 5 535 | 6 055 | 1 484 |
| Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 1240 | 0 | 0 | 0 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 1250 | 3 485 | 3 997 | 798 |
| Прочие оборотные активы | 1260 | 236 | 428 | 126 |
| Итого оборотных активов | 1200 | 14 854 | 13 251 | 9 358 |
| БАЛАНС (актив) | 1600 | 16 849 | 15 255 | 9 913 |
| ПАССИВ | | | | |
| III Капитал и резервы | | | | |
| Уставный капитал | 1310 | 10 | 10 | 10 |
| Собственные акции, выкупленные у акционеров | 1320 | 0 | 0 | 0 |
| Переоценка внеоборотных активов | 1340 | 0 | 0 | 0 |
| Добавочный капитал (без переоценки) | 1350 | 0 | 0 | 0 |
| Резервный капитал | 1360 | 0 | 0 | 0 |

Окончание таблицы А.1

| Наименование показателя | Код | На 31 декабря отчетного года | На 31 декабря предыдущего года | На 31 декабря года, предшествующего предыдущему |
|---|---|---|---|---|
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | 1370 | 5 903 | 3 480 | 1 358 |
| ИТОГО капитал | 1300 | 5 913 | 3 490 | 1 368 |
| IV Долгосрочные обязательства | | | | |
| Долгосрочные заемные средства | 1410 | 3 062 | 3 530 | 2 734 |
| Отложенные налоговые обязательства | 1420 | 0 | 0 | 0 |
| Оценочные обязательства | 1430 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие долгосрочные обязательства | 1450 | 0 | 0 | 0 |
| ИТОГО долгосрочных обязательств | 1400 | 0 | 0 | 0 |
| V Краткосрочные обязательства | | | | |
| Краткосрочные заемные обязательства | 1510 | 0 | 0 | 0 |
| Краткосрочная кредиторская задолженность | 1520 | 7 874 | 8 236 | 5 811 |
| Доходы будущих периодов | 1530 | 0 | 0 | 0 |
| Оценочные обязательства | 1540 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие краткосрочные обязательства | 1550 | 0 | 0 | 0 |
| ИТОГО краткосрочных обязательств | 1500 | 10 936 | 11 765 | 8 545 |
| БАЛАНС (пассив) | 1700 | 16 849 | 15 256 | 9 913 |

Таблица А.2 – Отчет о финансовых результатах за 2017 год, тыс. руб.

| Наименование показателя | Код | За отчетный период | За аналогичный период предыдущего года |
|---|---|---|---|
| Выручка | 2110 | 79 936 | 73 291 |
| Себестоимость продаж | 2120 | 60 272 | 55 926 |
| Валовая прибыль (убыток) | 2100 | 19 664 | 17 365 |
| Коммерческие расходы | 2210 | 12 711 | 11 777 |
| Управленческие расходы | 2220 | 3 711 | 3 225 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 2200 | 3 242 | 2 363 |
| Прочие доходы и расходы | | | |
| Доходы от участия в других организациях | 2310 | 0 | 0 |
| Проценты к получению | 2320 | 0 | 0 |
| Проценты к уплате | 2330 | 0 | 0 |
| Прочие доходы | 2340 | 0 | 445 |
| Прочие расходы | 2350 | 111 | 71 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 2300 | 3 131 | 2 737 |
| Текущий налог на прибыль | 2410 | 709 | 615 |
| Изменение отложенных налоговых активов | 2450 | 0 | 0 |
| Прочее | 2460 | 0 | 0 |
| Чистая прибыль (убыток) | 2400 | 2 422 | 2 122 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Расчетные формулы финансовых показателей

Динамика финансовых показателей:

$$T_{ПР} = \frac{C_{КГ} - C_{НГ}}{C_{НГ}} \times 100, \quad (Б.1)$$

где $Т_{ПР}$ – темп прироста показателя;

$С_{НГ}$ – статья баланса на начало года;

$С_{КГ}$ – статья баланса на конец года.

Показатели ликвидности и платежеспособности:

Коэффициент абсолютной ликвидности:

$$K_{АЛ} = \frac{ДС + КФВ}{КрО}, \quad (Б.2)$$

где ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

КрО – краткосрочные обязательства;

Коэффициент быстрой ликвидности:

$$K_{БЛ} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ}{КрО}, \quad (Б.3)$$

где ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

КрО – краткосрочные обязательства;

ДЗ – дебиторская задолженность/

Коэффициент текущей ликвидности:

$$K_{ТЛ} = \frac{ОА}{КрО}, \quad (Б.4)$$

где ОА – оборотные активы;

КрО – краткосрочные обязательства;

Коэффициент соотношения денежных средств и чистого оборотного капитала:

$$К_{ДС/СОС} = \frac{ДС}{СОС}. \quad (Б.5)$$

где ДС – денежные средства;

СОС – собственные оборотные средства.

Коэффициент платежеспособности по текущим обязательствам.

$$К_{ПЛ.ТЕК.ОБ.} = \frac{КрО}{Вср} \quad (Б.6)$$

где КрО – краткосрочные обязательства;

$В_{СР}$ – среднемесячная выручка.

Общая степень платежеспособности.

$$К_{ПЛ..ОБ.} = \frac{ЗК}{Вср}, \quad (Б.7)$$

где ЗК – заемный капитал;

$В_{СР}$ – среднемесячная выручка.

Критерии финансовой устойчивости.

Излишек или недостаток собственных оборотных средств:

$$\Delta СОС = СОС – З. \quad (Б.8)$$

где СОС – собственные оборотные средства.

З – запасы.

Излишек или недостаток собственных и долгосрочных источников формирования запасов:

$$\Delta СДИ = СДИ - З \quad (Б.9)$$

где СДИ – перманентный капитал.

З – запасы.

Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов:

$$\Delta ОИФЗ = ОИФЗ - З \quad (Б.10)$$

где ОИФЗ – общая величина основных источников формирования запасов;

З – запасы.

Коэффициент автономии.

$$К_{АВТ} = \frac{СК}{А}, \quad (Б.11)$$

где СК – собственный капитал;

А – активы.

Коэффициент финансовой зависимости.

$$К_{ФИН.ЗАВ,} = \frac{ЗК}{СК}. \quad (Б.12)$$

где ЗК – заемный капитал;

СК – собственный капитал

Коэффициент покрытия инвестиций.

$$К_{УСТ.ФИН.} = \frac{СК + ДО}{А}. \quad (Б.13)$$

где СК – собственный капитал;

ДО – долгосрочные обязательства;

А – активы.

Коэффициент иммобилизации имущества.

$$К_{ИММОБ.} = \frac{ВнА}{А}, \quad (Б.14)$$

где ВнА – внеоборотные активы.

А – активы.

Показатели состояния оборотных средств

Коэффициент маневренности.

$$К_{МАНЁВР.} = \frac{СОС}{СК}, \quad (Б.15)$$

где СОС – собственные оборотные сродства;

СК – собственный капитал.

Коэффициент обеспеченности оборотных (текущих) активов собственными оборотными средствами.

$$K_{ОБЕСП.ОБ.АКТ.СОС} = \frac{СОС}{ОА}. \quad (Б.16)$$

где СОС – собственные оборотные сродства;

ОА – оборотный капитал.

Коэффициент обеспеченности материально-производственных запасов величиной собственных оборотных средств.

$$K_{ОБЕСП.МПЗ.СОС} = \frac{СОС}{ТМЗ}, \quad (Б.17)$$

где СОС – собственные оборотные сродства;

ТМЗ – товарно-материальные запасы.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов.

$$K_{СООТН.МОБ.И\ ИММОБ.} = \frac{ОА}{ВнА}. \quad (Б.18)$$

где ОА – оборотный капитал;

ВнА – внеоборотные активы.

Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности.

$$K_{ДЗ/КЗ} = \frac{ДЗ}{КЗ}. \quad (Б.19)$$

где ДЗ – дебиторская задолженность;

КЗ – кредиторская задолженность.

Показатели рентабельности коммерческой деятельности.

Рентабельность всех активов:

$$R_{А(ЧИСТ)} = \frac{Пчист}{\overline{А}}. \quad (Б.20)$$

где Пчист – чистая прибыль отчетного периода.

$\overline{А}$ – средняя за период величина активов.

Рентабельность собственного капитала:

$$R_{СК} = \frac{П_{ЧИСТ}}{\overline{СК}} \qquad (Б.21)$$

где $П_{ЧИСТ}$ – чистая прибыль отчетного периода.

$\overline{СК}$ – средняя за период величина собственного капитала.

Рентабельность продаж:

$$R_{П} = \frac{П_{ЧИСТ}}{В}. \qquad (Б.22)$$

где $П_{ЧИСТ}$ – чистая прибыль отчетного периода.

В – выручка (нетто).

Эффективность использования основных фондов.

Фондоотдача:

$$ФО = \frac{В}{\overline{ОФ}}, \qquad (Б.23)$$

где В – выручка (нетто);

$\overline{ОФ}$ – среднегодовая стоимость основных фондов.

Фондорентабельность:

$$ФР = \frac{В}{\overline{ОФ}} \times 100, \qquad (Б.24)$$

где В – выручка (нетто);

$\overline{ОФ}$ – среднегодовая стоимость основных фондов.

Фондовооруженность:

$$ФВ = \frac{\overline{ОФ}}{\overline{Ч}}, \qquad (Б.25)$$

где $\overline{ОФ}$ – среднегодовая стоимость основных фондов.

$\overline{Ч}$ – среднесписочная численность работников.

Оборачиваемость активов:

$$O_{A} = \frac{\overline{A}}{B} \times 360, \qquad (Б.26)$$

где $\overline{А}$ – средняя за период величина активов;

В – выручка (нетто).

Оборачиваемость средств в расчетах:

$$O_{ДЗ} = \frac{\overline{ДЗ}}{B} \times 360, \qquad (Б.27)$$

где $\overline{ДЗ}$ – средняя за период дебиторская задолженность.

В – выручка (нетто).

Оборачиваемость товарных запасов:

$$O_{ТЗ} = \frac{\overline{ТЗ}}{B} \times 360, \qquad (Б.28)$$

где $\overline{ТЗ}$ – средняя за период величина товарного запаса;

В – выручка (нетто).

Оборачиваемость оборотного капитала:

$$O_{ОА} = \frac{\overline{ОС}}{B} \times 360, \qquad (Б.29)$$

где $\overline{ОС}$ – средняя за период стоимость оборотного имущества;

В – выручка (нетто).

Оборачиваемость собственного капитала:

$$O_{СК} = \frac{\overline{СК}}{B} \times 360, \qquad (Б.30)$$

где $\overline{СК}$ – средняя за период величина собственного капитала;

В – выручка (нетто).

Оборачиваемость кредиторской задолженности:

$$O_{ДЗ} = \frac{\overline{КЗ}}{B} \times 360, \qquad (Б.31)$$

где $\overline{КЗ}$ – средняя за период кредиторская задолженность.

В – выручка (нетто).

Эффективность использования трудовых ресурсов.

Производительность труда:

$$ПТ = \frac{В}{\overline{Ч}}, \quad (Б.32)$$

где В – выручка (нетто);

$\overline{Ч}$ – средняя за период величина численности работающих.

Эффективность текущих затрат.

Затратоотдача:

$$ЗО = \frac{В}{С}, \quad (Б.33)$$

где В – выручка (нетто);

С – себестоимость.

Рентабельность текущих затрат:

$$Р_С = \frac{П}{С} \times 100, \quad (Б.34)$$

где П – прибыль;

С – сумма издержек обращения.

Эффективность использования потенциала предприятия:

$$Э_{ИТП} = \frac{В}{ФЗП + \overline{ОС} + \overline{ОФ}}, \quad (Б.35)$$

где В – выручка (нетто);

ФЗП – средства на оплату труда;

$\overline{ОС}$ – среднегодовая стоимость оборотных средств;

$\overline{ОФ}$ – среднегодовая стоимость основных средств.

Эффективность использования финансов:

$$Э_{ФД} = \frac{ВП}{ФЗП + \overline{ОС} + \overline{ОФ}}, \quad (Б.36)$$

где ВП – сумма валовой прибыли;

ФЗП – средства на оплату труда;

$\overline{ОС}$ – среднегодовая стоимость оборотных средств;

$\overline{ОФ}$ – среднегодовая стоимость основных средств.

Эффективности трудовой деятельности:

$$Э_{ТД} = \frac{В}{ФЗП}. \qquad (Б.37)$$

где В – выручка (нетто);

ФЗП – средства на оплату труда;

Интегральный показатель эффективности коммерческой деятельности:

$$J_{ЭХД} = \sqrt[3]{Э_{ИТП} \times Э_{ФД} \times Э_{ТД}}. \qquad (Б.38)$$

где $Э_{ИТП}$ – показатель эффективности использования торгового потенциала предприятия;

$Э_{ФД}$ – показатель эффективности финансовых ресурсов коммерческой деятельности предприятия;

$Э_{ТД}$ – показатель эффективности трудовых ресурсов коммерческой деятельности предприятия.

Интенсивность развития коммерческой деятельности предприятия:

$$T_{ИНТ} = \frac{T_{ПТ} \times T_{ООС} \times T_{ФО}}{T_{ФЗП} \times T_{ОС} \times T_{ОФ}} \times 100. \qquad (Б.39)$$

где $Т_{ИНТ}$ – темп интенсивности развития предприятия;

$Т_{ПТ}$ – темп изменения производительности труда работников;

$Т_{ООС}$ – темп изменения скорости обращения оборотных средств предприятия;

$Т_{ФО}$ – темп изменения фондоотдачи;

$Т_{ФЗП}$ – темп изменения расходов на оплату труда;

$Т_{ОС}$ – темп изменения среднегодовой стоимости оборотных средств;

$Т_{ОФ}$ – темп изменения среднегодовой стоимости основных средств.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Выписка из реестра непрофильных активов

ООО ПФ «Алюминиевые конструкции»

Таблица В.1 – Протокол № 45 от 29.12.2017 г.

| № п/п | Наименование | Инв. № | Характеристика объекта | Балансовая стоимость | Примечание |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Нежилое строение - гаражный бокс | А000015 | ГПК №4 456304, Челябинская область, г. Миасс, Динамовское шоссе, бокс 021. Не используется в деятельности | 138526 | Имущество приобретено для использования в целях хранения автомобиля предприятия |
| 2 | Автомобиль Газ - 3302 (Газель) | С000046 | Бортовой грузовик. Грузоподъемность 1500 кг. Год выпуска 2012. Не используется в деятельности | 285632 | Имущество приобретено для использования в целях перевозки материалов |